

Salla Mielonen

ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS  
ABC-TIKKULA

Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

2009

## ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUS ABC-TIKKULA

Mielonen Salla  
Satakunnan ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto  
2009 joulukuu  
Vuokko Leena  
Sivumäärä: 52

Asiasanat: lounas, palvelu, kyselytutkimus, ABC

---

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää ABC-Tikkulan lounasasiakkaiden tyytyväisyyden tasoa. Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla pyrittiin selvittämään mitä mieltä asiakkaat ovat ABC-Tikkulan lounaasta ja kaikista siihen kuuluvista lisäkkeistä. Nämä lisäkkeet ovat leivät, levitteet, salaattipöytä, noutopöytä, ruokajuomat, ruokailuvälineet, jälkiruoka kahvi/tee sekä palvelu.

Tutkittavana ollut aineisto kerättiin ABC:n asiakkailta 26.11.-2.12.2008 välisenä aikana. Tutkimus tehtiin otoksena päivän asiakkaista, kaikki lounas asiakkaat saivat halutessaan vastata kyselyyn. Tutkimus suoritettiin kyselylomakkeella, johon asiakkaat vastasivat itsenäisesti. Asiakastyytyväisyystutkimukseen saatiin 147 täytettyä kyselylomaketta.

Tutkimuksen avulla ABC-Tikkulan henkilökunnan on mahdollista kehittää toimintaansa vastaamaan enemmän asiakkaiden toiveita. Tutkimuksen avulla saatiin selville asioita joihin tulee kiinnittää tulevaisuudessa huomiota. Lisäksi selvitettiin mitkä asiat ovat jo nyt asiakkaiden mielestä hyviä ja toimivia.

Kokonaisuudessaan asiakkaat olivat tyytyväisiä ABC-Tikkulan lounaaseen. Ruokaa pidettiin hyvänä ja palvelua ystävällisenä.

## CUSTOMER SATISFACTION SURVEY FOR ABC-TIKKULA

Mielonen Salla  
Satakunta University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business  
2009 December  
Vuokko Leena  
Number of pages: 52

Key words: lunch, service, survey, ABC

---

The purpose of the survey was to find out the customer satisfaction level of ABC-Tikkula a restaurant in Pori. The goal of the survey was to find out what customers think about ABC's lunch and all of its parts. These parts are bread, butter, salads, buffet, drinks, cutlery, coffee/tea and service.

The work material was gathered from the customers between 26.11.-2.12.2008. The survey was done as a sample of that period. All customers had an opportunity to take part on the survey. Questionnaire was carried out with a questionnaire document of which customers answered independently. 147 questionnaire documents were obtained from the customers.

Results of the survey enable ABC-Tikkula to develop their business to the direction of the feedback from the customers and to improve and modify their business. By using the gathered information the staff knows where to fix their attention in the future. They also know what the customers are satisfied already.

In all ABC-Tikkula received good reviews about lunch. Food was regarded as good and service as friendly in ABC-Tikkula.

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	TUTKIMUSONGELMA JA TYÖN TAVOITE.....	6
3	ABC-LIIKENNEMYYMÄLÄT .....	7
3.1	ABC-Tikkula.....	7
3.2	Lounas .....	8
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS .....	8
4.1	Tuote .....	9
4.2	Laatu.....	11
4.3	Saatavuus .....	13
4.4	Hinta.....	14
4.5	Asiakaspalvelu .....	15
5	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	16
5.1	Lomakkeen laadinta .....	17
5.2	Lomakkeen testaus .....	18
6	TUTKIMUKSEN RELIABILITEETTI JA VALIDITEETTI.....	19
7	TUTKIMUSTULOKSET .....	20
7.1	Sukupuolijakauma.....	21
7.2	Ikäjakauma .....	22
7.3	Ammattiryhmä .....	23
7.4	Viikonpäivä.....	24
7.5	Ruoka .....	25
7.6	Leivät.....	26
7.7	Levitteet.....	27
7.8	Salaatti.....	28
7.9	Noutopöytä.....	30
7.10	Ruokajuoma .....	31
7.11	Ruokailuvälineet .....	32
7.12	Jälkiruoka kahvi/tee .....	33
7.13	Palvelu.....	34
7.14	Avoimet vastaukset .....	35
8	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	41
	LÄHTEET.....	43
	LIITTEET .....	45

# 1 JOHDANTO

Tutkimusongelmana oli selvittää ABC-Tikkulan asiakastyytyväisyyttä. Aiemmin ei ole tehty yhtä laajaa tutkimusta koskien vain lounasta. Muutama vuosi sitten on tehty tutkimus samasta aiheesta, mutta se oli huomattavasti suppeampi. Oli tarpeellista kartoittaa asiakkaiden nykyistä mielipidettä. ABC asemilla toteutetaan vuosittain laaja asiakastyytyväisyystutkimus, mutta siinä kartoitetaan asiakkaiden tyytyväisyyttä koko ABC aseman toiminnasta, eikä keskitytä vain yhteen alueeseen.

Kyselyssä pyrittiin selvittämään asiakkaiden mielipide lounaasta ja siihen kuuluvista osa-alueista. Kaikkea muuta koskevat kysymykset jätettiin pois tarkoituksella. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella. Kyselylomakkeita jaettiin Tikkulassa viikon ajan (seitsemänä päivänä), aina lounasaikaan. Kysely aloitettiin keskiviikkona, ja seuraavan viikon tiistai oli viimeinen kyselypäivä. Tutkija oli itse jakamassa lomakkeita osana päivistä, ja osana ABC:n henkilökunta jakoi lomakkeita. Lomakkeita tarjottiin täytettäväksi kassalla kaikille lounasta syöville asiakkaille. Tutkimukseen vastanneilla oli mahdollisuus osallistua arvontaan, jossa palkintona oli 50€ lahjakortti ABC ravintolaan.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisella menetelmällä, koska se sopi parhaiten tutkimuksen luonteeseen. Tavoitteeksi asetettiin saada 20-30 vastausta päivittäin, tämä on noin 25% päivittäisestä lounasasiakaskunnasta. Tavoitteeseen päästiin ja yhtenä päivänä saatiin jopa yli 30 vastausta. Kyselyn loppuvaiheessa (kahtena viimeisenä päivänä) vastauksia tuli vähemmän. Tämän johtui todennäköisesti siitä, että suuri osa arkipäivien lounasasiakkaista käy päivittäin ruokailemassa ABC:llä, joten he olivat jo vastanneet kyselyyn.

Teoriaosuudessa käsitellään osa-alueita, joista asiakastyytyväisyys muodostuu. Lisäksi kerrotaan tarkemmin valitusta tutkimusmenetelmästä sekä lomakkeen laadinnasta ja testaamisesta.

Työn loppuosassa on esiteltyä tutkimustulokset, sekä esitetty toimia joita ABC:llä voitaisiin tutkimuksen perusteella toteuttaa asiakastyytyväisyyden kasvattamiseksi.

## 2 TUTKIMUSONGELMA JA TYÖN TAVOITE

Tutkimusongelmana oli selvittää lounasasiakkaiden tyytyväisyyttä lounaaseen ja siihen kuuluviin lisukkeisiin. Tutkimuksen osa-alueiksi valittiin kaikki oleellisesti lounaaseen liittyvät osat, kuten salaattipöytä, leivät, levitteet, lämmin ruoka yms. Tutkimuskohteet jaettiin alaosioiden, joissa selvitettiin tyytyväisyyttä saatavuuteen, ulkoasuun, makuun, tuoreuteen yms. Tutkimuslomakkeesta haluttiin tehdä mahdollisimman selkeä ja yksinkertainen, jotta asiakkailla olisi aikaa täyttää lomake lounastuntinsa aikana.

Kontrollikysymyksissä kysyttiin ikää, sukupuolta, ammattiasemaa, viikonpäivää sekä asiakkaan valitsemaa ruokaa (lounas vai päivän keitto). Nämä taustatiedot nähtiin tarpeelliseksi, koska ne auttavat kartoittamaan asiakaskunnan rakennetta. Lisäksi kysymysten avulla pyrittiin saamaan tietoa siitä, onko jokin tietty asiakasryhmä toista tyytyväisempi tai tyytymättömämpi johonkin tiettyyn osa-alueeseen.

Lisäksi tutkimuslomakkeessa oli kohta johon asiakkaat saivat halutessaan kirjoittaa vapaasti mielipidettään lounaasta ja kaikesta siihen liittyvästä. Monet asiakkaat käyttivät tämän tilaisuuden hyväkseen, ja tätä kautta saatiin hyvää tietoa.

Tutkimuksen tavoitteeksi asetettiin saada riittävästi vastauksia joiden perusteella voitiin tehdä johtopäätöksiä. Näiden johtopäätösten avulla ABC:n henkilökunta voi muuttaa toimintaansa siten, että asiakkaat ovat yhä tyytyväisempiä lounaaseen ja tulevat mielellään ruokailemaan uudelleen.

### 3 ABC-LIIKENNEMYYMÄLÄT

ABC-liikennemyymälät palvelevat vuoden jokaisena päivänä, myös pyhäpäivinä, joko 24h tai 6-24. Vuoden 2009 alussa ABC-liikennemyymälöitä on jo 95 kappaletta, ja verkosto kasvaa edelleen. ABC- ketjulla on Suomen ensimmäisenä huoltamotomiamalan yrityksenä Suomalaisen Työn Liiton Avainlippu-merkin käyttöoikeus. Lisäksi ABC on valittu Reader's Digestin (Suomessa Valitut Palat) teettämässä Luotetuin Merkki -tutkimuksessa Suomen luotetuimmaksi huoltoasemaketjuksi 2008. ([www.abcasemat.fi](http://www.abcasemat.fi) .)

#### 3.1 ABC-Tikkula

ABC-Tikkula on avattu kesällä 2004. Tikkula on auki joka päivä 24h. ABC-Tikkula sijaitsee Porin kaupungin keskustan tuntumassa, 2- ja 8-tien risteyksessä. Samassa rakennuksessa toimii myös iso S-market. Lisäksi samalla tontilla toimii aivan uusi Kodin Terra. ([www.abcasemat.fi](http://www.abcasemat.fi) .)

ABC-Tikkula tarjoaa asiakkailleen monipuoliset palvelut. Kahvila-ravintolassa on 291 ja terassilla 50 asiakaspaikkaa. Kokoustiloihin mahtuu 56 henkeä. Ruokailuun on monipuoliset vaihtoehdot, aamiainen, noutopöytä joka päivä, a`la Carte-annokset, Rosso Express – pizzat sekä Hesburger. ABC-Marketissa voi tehdä ruokaostokset kaupan hinnoin, kaupasta löytyy myös autotarvikkeita ja vapaa-ajan tarvikkeita. ([www.abcasemat.fi](http://www.abcasemat.fi) .)

ABC-Tikkulassa on myös lasten leikkipaikka, veikkauksen Online, RAY:n peliautomaatit sekä PELIKA.net viihdepelit. Mittarikentällä voi tankata ABC-polttonesteitä ja parkkipaikkoja on runsaasti niin tavallisille autoilijoille kuin busseille ja asuntovaunuillekin. ([www.abcasemat.fi](http://www.abcasemat.fi) .)

### 3.2 Lounas

Tutkimuksessa keskityttiin lounaaseen joka on tarjolla noutopöydässä jokaisena päivänä. Arkisin lounasta on mahdollista syödä klo 11-16 ja viikonloppuisin klo 11-17 välisenä aikana. Noutopöydässä on tarjolla vähintään kaksi pääruokavaihtoehtoa, jotka vaihtuvat päivittäin. Siihen kuuluvat salaatti- ja leipäpöytä sekä juomina vesi, maito, kotikalja tai mehu. Jälkiruokana on aikuisille kahvi tai tee ja lasten noutopöydän (3-12v) syöville lapsille Eskimo-jäätelö. (<http://www.abcasemat.fi/noutopoyta> .)

Viikoittain vaihtuva lounaslista on esillä internetissä osoitteessa [www.abcasemat.fi/noutopoyta](http://www.abcasemat.fi/noutopoyta) tai [www.noutopoyta.fi](http://www.noutopoyta.fi) . Näistä osoitteista voi lukea lähes kaikkien Suomen ABC-asemien lounaslistat.

Lounas tarjotaan noutopöydästä, josta asiakkaat saavat itse valita haluamansa tuotteet. Noutopöytä on rakennettu siten, että lounas on helppo koota lautaselle. Asiakas voi halutessaan ottaa ensin vain salaatin ja hakea myöhemmin lämpimän ruoan, tai ottaa molemmat samalla kertaa. Linjaston alussa on ruokailuvälineet. Seuraavana ovat leivät salaatit ja levitteet. Tämän jälkeen on keitto sekä pääruokavaihtoehdot. Näiden jälkeen löytyvät lasit ja juomat. Juomien jälkeen asiakas saapuu kassalle jossa lounas maksetaan. Syötyään lounaan asiakas voi halutessaan hakea kahvilalinjastosta kahvin tai teen jälkiruoaksi.

## 4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys määräytyy erilaisten tuote- ja palveluominaisuuksien (laatu, hinta, toimitusnopeus, jne.) funktiona ja näiden ominaisuuksien parantaminen johtaa asiakastyytyväisyyden kasvuun. Lisääntyneen asiakastyytyväisyyden oletetaan lisäävän asiakkaiden uusintaostoja (asiakkuuksien pysyvyyttä). Pysyvien asiakkuuksien myötä on mahdollista kasvattaa liiketoiminnan tulosta.

(<http://kouvola.lut.fi/files/download/Asiakkuusajattelu.pdf> .)



Asiakastyytyväisyys rakentuu toimivan palvelukokonaisuuden ympärille. Palvelukokonaisuuteen kuuluu tuote, laatu, saatavuus ja hinta. Tutkimuksessa selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä kyseisiin osa-alueisiin. Hinnan merkitystä ei tosin tutkittu, koska hinnan ei oletettu olevan ratkaiseva tekijä lounaspaikan valintaa mietittäessä.

#### 4.1 Tuote

Tuotteen sanotaan olevan yritystoiminnan sydämen. Tämä johtuu siitä, että toiminnallisessa mielessä kaikki näyttää kietoutuvan tuotteen ympärille. Juuri tästä syystä tuotokeskeinen ajattelu onkin niin sitkeässä ja asiakassuuntaisen ajatustavan tuominen sen tilalle liiketoimintaan on usein ollut varsin työlästä. (Rope 2000 s. 208.)

Vaikka tuote onkin muiden kilpailukeinojen perustana (tuote hinnoitellaan, tuotteelle haetaan markkinointikanavat, tuote tulisi saada markkinoille viestitettynä jne.), on tuotteen aseman muuttaminen siihen asemaan, jonka avulla yrityksen osaaminen rakennetaan liiketaloudelliseksi tulokseksi, eräs avain onnistuneen liiketoiminnan tekemisessä. Tällöin tuote ei ole toiminnan lähtökohta, vaan väline saada asiakas ostamaan yritykseltä. (Rope 2000 s.208.)

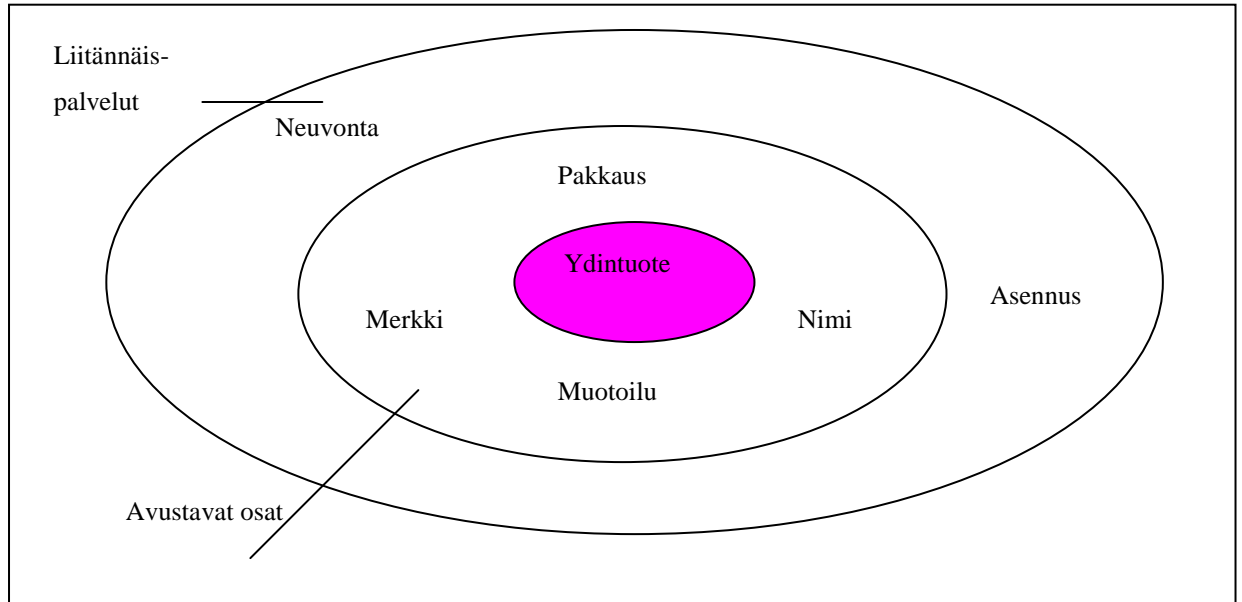
Tuote on mitä tahansa, mikä tarjotaan markkinoille ostettavaksi ja kulutettavaksi siten, että tyydytetään asiakkaiden tarpeita ja mielihaluja. Tuote on markkinoitava hyödyke. Se on kokonaisuus, jota yritys markkinoi asiakkaalleen. Asiakas ei osta tuotetta sinänsä, vaan siitä saatavaa hyötyä ja mielihyvää. (Korkeamäki, Pulkkinen & Selinheimo 2002 s. 111.)

Tuote markkinoitavan seikkana ei ole niin sanottu tuotannon tuottama tuote. Tuote on se kokonaisuus, minkälaisena tuote asiakkaalle näkyy ja minkälaisena asiakas sen ostaa. Oikein ymmärrettynä tuote tarkoittaa kaupattavaa hyödykettä. Tästä näkökulmasta tarkasteltuna tuote-käsite avautuu siinä mielessä oikeassa valossa, että hyödyke-sana ei mitenkään kerro tuotteen olomuotoa. Se voi olla aivan yhtä lailla palvelu tai tavara, myymälä tai aate, taidetapahtuma tai henkilöesiintyjä. Tuote-käsite on siten vain kattonimi kaikille niille asioille, jotka ovat kaupan. Kuitenkaan tuotteen olomuoto ei markkinoinnillisessa mielessä ole oleellinen. Merkittävää on se, että

kaupaksi saaminen edellyttää aina sitä, että tuote pystytään tekemään jossain suhteessa haluttavaksi ja mielellään jopa kilpailuetuiseksi suhteessa asiakkaan vaihtoehtoihin tarjokkaisiin. (Rope 2000 s. 208-209.)

Tuotteet koostuvat aina useista osista. Ostettaessa palveluja niihin usein liittyy myös joitain fyysisiä osia. Luokitteluja tärkeämpää onkin rakentaa näistä osista toimiva kokonaisuus. (Korkeamäki yms. 2002 s. 113.)

Tuote on tavarosta, palveluista ja mielikuvista muodostuva kerroksellinen kokonaisuus. Sen osia ovat ydintuote, avustavat osat ja liitännäispalvelut. Ydintuote on se tuote, jonka asiakas ensisijaisesti ostaa. Avustavia osia ovat tuotenimi, merkki, pakkaus, muotoilu, tuotteen väri, palveluympäristö ja tuotteen maine. Liitännäispalvelut ovat palveluja, jotka voidaan liittää ydintuotteeseen ja muokata asiakkaiden yksilöllisten tarpeiden perusteella antamaan tuotteelle lisäarvoa. Liitännäispalveluja voivat olla esimerkiksi takuu, asennus, neuvonta, huolto ja korjaus. (Korkeamäki yms. 2002 s. 113.)



Kuvio1 Tuotteen kolmikerroksisuus (Korkeamäki yms. 2002 s. 113)

Asiakas ei yleensä tee ostopäätöstä pelkän ydintuotteen perusteella. Asiakkaiden tarpeet vaihtelevat, ja joskus perusominaisuudet saattavat riittää. Kokonaisuus kaikine ominaisuuksineen ratkaisee. (Korkeamäki yms. 2002 s. 113.)

Yhä suurempi osa kaupatuista hyödykkeistä on palveluiksi luonnehdittuja. Palvelutuotteella tarkoitetaan tällöin sellaista tuotetta, jossa ostetaan jotain tekemistä tai joka muutoin on aineettomaksi katsottava. Palvelutuote ei tarkoita sitä, että tavaratuotteissa ei olisi palvelua tai että palvelutuotteessa ei olisi fyysisiä elementtejä. Voidaankin sanoa, että kaikissa tuotteissa on sekä palveluelementtejä että myös fyysisiä elementtejä. Se, ostetaanko tuotetta tavarana vai palveluna, on varsin tapauskohtaista. Tämä tilanneperusteinen monimuotoisuus tavara- ja palvelutuotekäsitteissä tekeekin palvelutuotteen ja tavaratuotteen jyrkän eriyttämisen käytännössä mahdottomaksi. (Rope 2000, s. 211-212.)

#### 4.2 Laatu

Laatu tarkoittaa sitä, miten hyvin tuote vastaa asiakkaan odotuksia tai vaatimuksia, eli miten hyvin asiakkaan tarpeet ja toiveet tyydyttyvät. Laatu on näin asiakkaan muodostama yleinen näkemys tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. (Ylikoski 1999, s. 118. )

Laadun arvioi aina asiakas. Usein yrityksissä ajatellaan, että tuote on laadukas silloin, kun se täyttää yrityksen sille asettamat vaatimukset. Laatusaatio on hyvin subjektiivinen, mielikuvista syntyvä käsite. Asiakkaan laatuarvioita ei voi todistaa vääräksi, vaikka se ei tosiasiallisesti olisi täysin totta. Asiakas toimii joka tapauksessa hänelle syntyneen mielikuvan pohjalta. (Lahtinen & Isoviita 2001, s. 119.)

Asiakas arvioi palvelun laatua palveluntuotantoprosessin jokaisessa vaiheessa. Arvioinnin kohteena ovat ydintuote ja kaikki liitännäispalvelut. Asiakkaalle muodostuu nopeasti luotettavalta vaikuttava kuva fyysisen tuotteen laadusta. Sen sijaan palvelun laatua ei ole yhtä helppoa arvioida, joten asiakas muodostaa siitä itselleen laatumielikuvan. Tämä perustuu enemmän tunnuseikkoihin kun todellisiin tietoihin tai omiin kokemuksiin. ( Lahtinen & Isoviita 2001, s.55.)

Tutkimuksissa on havaittu, että palvelukokemus harvoin ylittää ihannetasoa tai edes yltää tälle tasolle, vaikka asiakas ilmoittaisi olevansa tyytyväinen. Asiakas reagoi voimakkaammin, jos hänen kokemansa palvelu on huonompaa kuin hänen palve-

luodotuksensa verrattuna siihen, että palvelukokemus ylittää hänen odotuksensa. Kanta-asiakkaat sietävät yrityksen palvelussa enemmän pieniä puutteita kuin muut asiakkaat. (Lahtinen & Isoviita 2001, s. 56.)

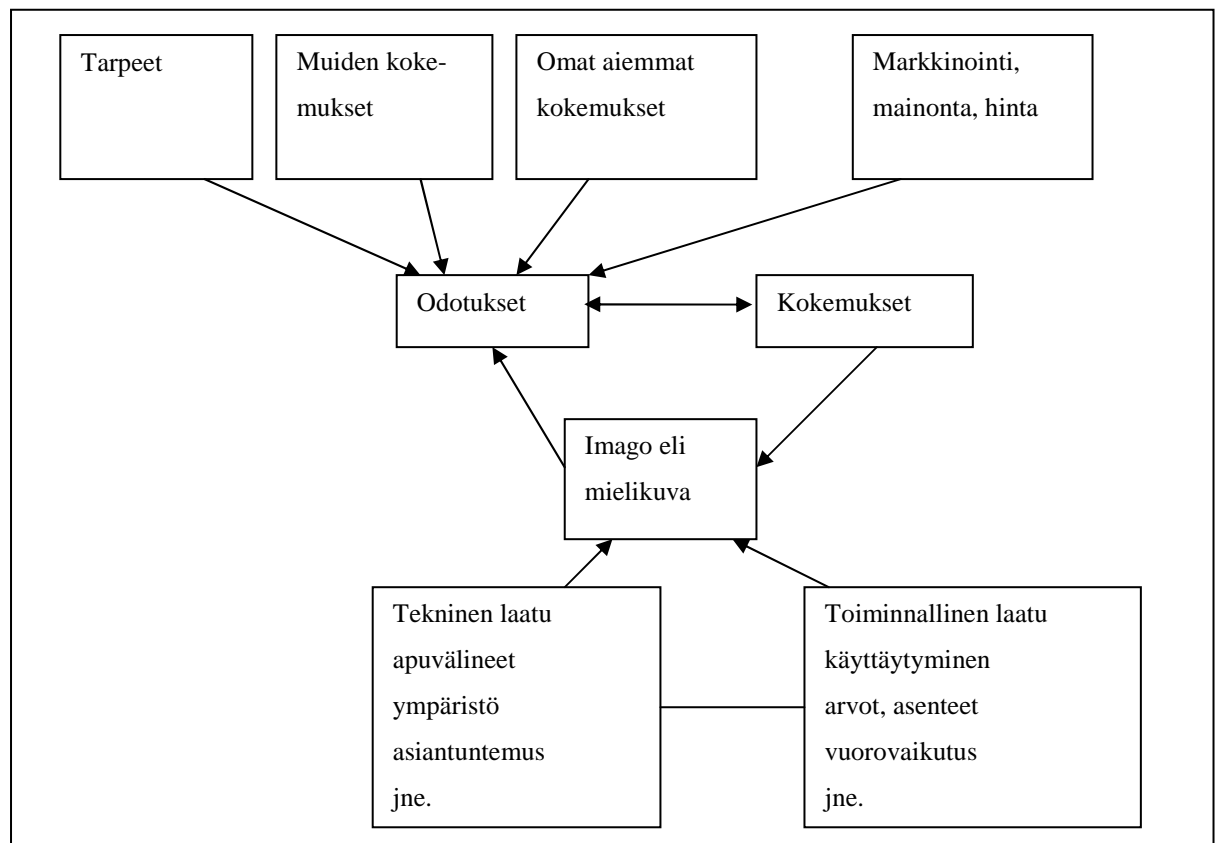
Palvelukokemus muodostuu palveluympäristön, vuorovaikutussuhteiden ja palvelun lopputuloksen laadusta. Ensivaikutelma syntyy ensimmäisten sekuntien tai minuuttien aikana, ja syntynyt kuva on melko pysyvä. (Lahtinen & Isoviita 2001, s. 56.)

Ostopäätös ratkeaa yhä useammin asiakaslaadun osatekijöiden perusteella. Asiakaslaatuun vaikuttaa eniten kaksi päätekijää: mielikuvat ja liitännäispalvelut. Asiakaslaatu syntyy asiakkaan omien kokemusten kautta, ja siihen liittyy myönteisiä tai kielteisiä elämyksiä. Tärkeintä on yrityksen laadun vertailu kilpailijoiden laatuun. (Lahtinen & Isoviita 2001, s. 123.)

Asiakaslaatu muodostuu mielikuvamaailman ehdoilla. Mielikuvat ovat vahvasti tunnepitoisia. Niiden muodostumisessa vain tiedot ovat tosiasioihin (järki) perustuvia, sen sijaan muut mielikuvien muodostajat – asenteet, tunteet, uskomukset, ennakkoluulot sekä omat havainnot ja kokemukset – ovat tunnetason tekijöitä. Asiakaslaadun ulottuvuuksilla tarkoitetaan tekijöitä, joista asiakastyytyväisyys muodostuu. Näitä ulottuvuuksia ovat tyytyväisyys tuotteen (tavaran tai palvelun) ominaisuuksiin, tyytyväisyys palvelun laatuun, tyytyväisyys asiakassuhteen hoitoon, yhteisön maine (ulkoinen kuva, imago), yhteisön luotettavuus ja uskottavuus, yhteisön kiinnostavuus, tuotteen hinta ja kustannukset, vuorovaikutussuhteen laatu sekä edellä mainitut seikat verrattuna kilpailijoihin. (Lahtinen & Isoviita 2001, s. 123.)

Palvelun todellinen laatu on aina asiakkaan näkemys palvelun onnistumisesta, ja asiakkaan laatuarvioon vaikuttaa koko palveluprosessi. Asiakkailta on yleensä mielikuvia ja ennakkokäsityksiä palveluyrityksestä ja siitä, miten palvelun tulee toimia. Mielikuvat ja ennakkokäsitykset ovat muodostuneet yrityksen mainonnan, suusanallisen tiedon, omien tarpeiden ja aikaisempien omien kokemusten perusteella. Asiakas arvioi palvelun laatua vertaamalla odotuksiaan saamaansa palveluun, ja siitä muodostuu hänen kokemansa laatu. (Korkeamäki, Pulkkinen & Selinheimo 2002, s. 24.)

Laatuun vaikuttavat toiminnan ulkoiset puitteet eli fyysiset tekijät ja palvelun tuottavan osaaminen eli vuorovaikutustekijät. Asiakas arvioi palvelun laadun joka asiointikerralla uudestaan. Siksi jokainen palvelutapahtuma on ainutkertainen ja siksi myös palvelujen laadun mittaaminen on vaikeaa. Vaikka toiminnallisille tekijöille voidaan kehittää mittareita ja standardeja, asiakkaiden odotuksia ja vuorovaikutustilannetta ei voida standardoida. (Korkeamäki yms. 2002, s. 24.)



Kuvio 2. Asiakkaan kokeman palvelun laadun muodostuminen (Korkeamäki yms. 2002, s. 24)

#### 4.3 Saatavuus

Saatavuuspäätösten tarkoituksena on varmistaa, että asiakkailta on mahdollisuus saada haluamansa tuotteet vähäisin ponnistuksin, nopeasti ja täsmällisesti. Saatavuudella tarkoitetaan siis ostamisen helpottamista. (Korkeamäki yms. 2002, s. 138.)

Saatavuuden järjestäminen on erilaista teollisuusyrityksessä ja palvelualan yrityksessä. Kaupan ja muiden palveluyritysten saatavuudessa on kyse siitä, miten hyvin yri-

tyksen tuotteet saavutetaan. Ulkoinen saatavuus koskee sitä, miten helposti toimipaikkaan löydetään, ja sisäinen saatavuus taas sitä, miten hyvin tuotteet löytyvät toimipaikan sisällä. (Korkeamäki yms. 2002, s. 138.) Ulkoinen saatavuus on erityisen tärkeää asiakashankintavaiheessa, kun taas sisäinen toimivuus varmistaa asiakkaiden tyytyväisyyden. (Korkeamäki yms. 2002, s. 142.)

Palveluympäristö on osa saatavuutta. Viihtyisä, miellyttävä vaikutelma saa asiakkaan viipymään myymälässä, ostamaan ja tulemaan uudelleen. Viihtyisän ostosympäristön luovat siisteys, järjestys, tilavuus, ilman raikkaus, valaistus, värit, toiminnan elävyyss ja ystävällinen palvelu. (Korkeamäki yms. 2002, s. 145.)

#### 4.4 Hinta

Hinta on tuotteen arvon mittari. Se osoittaa asiakkaalle tuotteen arvon. Jos yritys haluaa luoda tuotteesta arvomielikuvaa, sen tulee ilmetä myös hinnassa. Jos laatu ei ilmene hinnassa, ei tuotteesta myöskään synny laadukasta mielikuvaa, sillä hyvä ja halpa yhdistelmä ei yleensä ole uskottava. (Rope 2000, s. 222.)

Hinta on tuotteen arvon muodostaja. Tuotteen arvon mittarinlisäksi hinta myös rakentaa ja muodostaa haluttua mielikuvaa. Hinta on siis keskeinen tuotteen arvoa ja mielikuvaa kohottava elementti, silloin kun sitä tässä tarkoituksessa käytetään. (Rope 2000, s. 222.)

Hinta on kilpailuun vaikuttava peruselementti. Jos tuotteen hinta on korkea, se saattaa ehkäistä tuotteella saavutettavaa myyntivolyymia. Jos hinta puolestaan on matala, se saattaa ehkäistä toisten yritysten tulon samoille markkinoille, jos ne eivät pysty tuottamaan tuotetta yhtä edullisella hinnalla. (Rope 2000, s. 223.)

Hinta on kannattavuuteen vaikuttava elementti. Jokainen lisämarkka, joka hinnoitellulla saadaan aikaan, parantaa kannattavuutta, jos tämä lisähinta ei ole ehkäissyt tuotteen menekkiä. Hintaa tuleekin tarkastella aina saavutettavan myyntivolyymin ja katteen yhteisvaikutuksen perusteella. (Rope 2000, s. 223.)

Hinta on tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä. Hinnan tulee olla kohderyhmän hyväksyttävissä. Liian matala tai korkea hinta ehkäisee kumpikin tuotteen menekkiä. Keskeistä tässä on, että eri kohderyhmillä toimiva hintataso voi samoilla tuotteilla poiketa hyvinkin paljon toisistaan. (Rope 2000, s. 223.)

#### 4.5 Asiakaspalvelu

Palvelut ovat aineettomia. Usein palveluihin kuitenkin liittyy jotain tavaraa. Oleellinen osa ravintolapalvelua on ruoka ja juoma. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti tai ainakin melkein samanaikaisesti. Palvelua ei ole olemassa, se syntyy palvelutapahtumassa. Palvelun vaikutus kuitenkin voidaan säilyttää. Palvelut ovat luonteeltaan heterogeenisiä eli vaihtelevia. Tämä tarkoittaa sitä, että samakin palvelu voi seuraavalla kerralla olla erilainen (Ylikoski 1999, s.17-25.)

Palvelutapahtuma on ainutlaatuinen ja korjaamaton, sillä asiakas ei voi palauttaa virheellistä palvelua, siksi virheiden välttäminen palvelussa on vielä paljon tärkeämpää kuin tavaroiden tuotannossa. Hyvästä palvelusta asiakas kertoo keskimäärin kolmelle, mutta huonosta palvelusta yhdelletoista tuttavalleen. (Lepola, Pulkkinen, Selinheimo & Sulkanen 1995, s. 66-67. )

Laadukkaalla palvelulla voidaan pyrkiä erottumaan kilpailijoista ja houkuttelemaan uusia asiakkaita. Myös nykyisen asiakaskunnan tyytyväisyyden säilyttämisessä palvelun laadulla on olennainen merkitys. Asiakkaat odottavat saavansa hyvää palvelua. Asiakaskeskeisyys edellyttää, että palvelun laatuakin katsotaan asiakkaan silmin. Organisaation tulee selvittää, mitä asioita juuri sen asiakkaikseen tavoittelemat ihmiset arvostavat. (Ylikoski 1999, s. 117.)

Asiakaspalvelu on parhaimmillaan elämysten tuottamista, joka syntyy odotukset ylittävistä miellyttävistä ja onnistuneista asioinnista palveluyrityksessä. Laadun kokemiseen vaikuttaa kuitenkin kaikki, mitä käynnin aikana tapahtuu. Siihen vaikuttavat kaikki kohtaamamme ihmiset, myös toiset asiakkaat. Luonnollisesti palveluhenkilöstö on avainasemassa. Heidän osaamisensa ja ystävällisyytensä leimaa koko käyntiä. (Pakkanen, Korkeamäki & Kiiras 2009, s.48.)

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tutkimuksen onnistuminen edellyttää järkevän kohderyhmävalinnan lisäksi parhaiten soveltuvan tutkimusmenetelmän valintaa. Menetelmällä pitää saada halutut tiedot luotettavasti, tarkoituksenmukaisesti ja taloudellisesti. (Lahtinen & Isoviita 1998 s. 62.)

Tutkimusote voi olla kvantitatiivinen eli määrällinen tai kvalitatiivinen eli laadullinen. Tutkimusongelmasta ja tutkimuksen tarkoituksesta riippuu, kumpi lähestymistapa sopii paremmin. Joissakin tutkimuksissa näillä kahdella tutkimusotteella voidaan onnistuneesti täydentää toinen toistaan. (Heikkilä 2008 s.16.)

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä. Se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin tai kuvioin. Usein selvitetään myös eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Aineistosta saatuja tuloksia pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksiköitä laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syytä. (Heikkilä 2008 s. 16.)

Tutkimukseen valittiin kvantitatiivinen menetelmä, koska se sopi parhaiten toteutettuun tutkimukseen. Helpoin ja samalla luotettavin keino tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä, oli tässä tapauksessa selvittää sitä lukumääriin perustuvilla kysymyksillä. Tutkimuksessa käytettiin lomaketta jossa oli valmiit vastausvaihtoehdot. Tutkimuk-



nessa saatiin riittävän suuri ja kattava otos kaikista asiakkaista, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina ja vertailukelpoisina.

## 5.1 Lomakkeen laadinta

Kyselylomake on kysely- ja haastattelututkimuksen olennainen osatekijä, ja kysymysten muoto on useimmiten suurin virheiden aiheuttaja. Aika, joka käytetään kysymysten huolelliseen laatimiseen, pienentää osaltaan tutkimuksen myöhempiin vaiheisiin tarvittavaa aikaa ja kustannuksia. Tämän vuoksi kysymykset kannattaa suunnitella huolellisesti. (Lahtinen & Isoviita 1998 s. 71.)

Lomakkeen suunnittelu edellyttää kirjallisuuteen tutustumista, tutkimusongelman pohtimista ja täsmentämistä, käsitteiden määrittelyä ja tutkimusongelman valintaa. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon myös se, miten aineisto käsitellään. Kysymyksiä ja niiden vastausvaihtoehtoja suunniteltaessa on selvitettävä, kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja toisaalta kuinka tarkkoja tietoja on mahdollisuus saada. Samaa asiaa voidaan kysyä usealla eri tavalla ja jopa eri mitta-asteikon tasoisesti. (Heikkilä 2008. s. 47.)

Tutkimuksen tavoite on oltava täysin selvillä, ennen kuin kyselylomakkeen laatiminen aloitetaan. Tutkijan täytyy tietää, mihin kysymyksiin hän etsii vastauksia. On selvitettävä, mitkä ovat ne taustatekijät, joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin, ellei niistä ole etukäteen teorian antamaa tietoa. On varmistettava, että tutkittava asia saadaan selvitettyä tutkimuslomakkeen kysymysten avulla. Lisäksi on mietittävä, onko tarpeen varmistaa vastausten johdonmukaisuus kontrollikysymyksillä. Kysymyksiä ei voi parannella tai muuttaa enää tiedonkeruun jälkeen. (Heikkilä 2008 s.47.)

Vastaaja päättää mm. kyselylomakkeen ulkonäön perusteella, vastaako hän kyselyyn. Hyvät kysymykset ja oikea kohderyhmä ovat tutkimuksen onnistumisen perusedellytykset. Hyvällä tutkimuslomakkeella on seuraavia tunnusmerkkejä. Se on selkeä, siisti ja houkuttelevan näköinen. Teksti ja kysymykset on hyvin aseteltu (ei liian täyteen ahdettu). Vastausohjeet ovat selkeät ja yksiselitteiset. Kysytään vain yhtä asiaa

kerrallaan. Kysymykset etenevät loogisesti. Kysymykset on numeroitu juoksevasti. Samaa aihetta koskevat kysymykset on ryhmitelty kokonaisuuksiksi, joilla voi olla selkeät otsikot. Alussa on helppoja kysymyksiä. Kontrollikysymyksillä varmistetaan vastausten luotettavuus (ei liian monta). Lomake ei ole liian pitkä, jokaisen kysymyksen tarpeellisuus harkitaan sekä pienempi kirjasinkoko saa lomakkeen näyttämään lyhyemmältä. Lomake saa vastaajan tuntemaan vastaamisen tärkeäksi. Lomake on esitestattu. Ja lisäksi se on helppo syöttää ja käsitellä tilasto-ohjelmalla. (Heikkilä 2008 s. 48-49.)

Kyselylomake laadittiin huolella ottaen huomioon tutkimusongelman. Kysymykset pyrittiin laatimaan siten, että ne kattaisivat kaikki lounaaseen kuuluvat osa-alueet. Tällä tavalla saatiin kuva siitä mitä mieltä asiakkaat ovat lounaasta kokonaisuudessaan, eikä vain sitä mitä mieltä he ovat esim. lämpimästä ruoasta. Aineisto käsiteltiin kvantitatiivisesti, tästä johtuen kysymyksiin laadittiin valmiit vastausvaihtoehdot.

Lomakkeessa oli varsinaisten lounaaseen liittyvien kysymysten lisäksi kontrollikysymyksiä, joiden avulla pyrittiin selvittämään vastaajien profiilia ja sitä minkälaista asiakaskuntaa ABC:llä käy syömässä lounasta. Kontrollikysymyksiksi valittiin ikä, sukupuoli, ammattiasema, viikonpäivä sekä asiakkaan valitsema ruokavaihtoehto (lounas vai päivän keitto).

Kyselylomake pyrittiin toteuttamaan siten, että se on selkeä ja johdonmukainen. Kysely haluttiin myös pitää riittävän lyhyenä ja yksinkertaisena, jotta asiakkaat ehtivät vastata kysymyksiin lounaan lomassa. Vastausohjeet laadittiin selkeästi ja tekstiin laitettiin lisäksi hymynaamat selventämään numeerisen asteikon merkitystä (1=huonoin ja 5=paras). Kysymyksissä edettiin samassa loogisessa järjestyksessä, jossa asiakas etenee lounasta valitessaan ja nauttiessaan.

## 5.2 Lomakkeen testaus

Vaikka lomake tehdään kuinka huolellisesti, se tulee aina koe haastatella tai antaa kohdejoukon edustajille vastattavaksi. Lomakkeen testaamiseen riittää 5-10 henkeä, kunhan he pyrkivät aktiivisesti selvittämään kysymysten ja ohjeiden selkeyden ja

yksiselitteisyyden, vastausvaihtoehtojen sisällöllisen toimivuuden ja lomakkeen vastaamisen raskauden sekä vastaamiseen kuluvan ajan. Heidän on myös syytä miettiä, onko jotakin olennaista jäänyt kysymättä tai onko mukana turhia kysymyksiä. (Heikkilä 2008 s.61.)

Testaamisen jälkeen tehdään tarpeelliset muutokset lomakkeen rakenteeseen, kysymysten järjestykseen, muotoiluun ja vastausvaihtoehtoihin. Korjaamisen jälkeenkin kannattaa lomake antaa tutkijan lisäksi jollekin muulle luettavaksi. (Heikkilä 2008 s. 61.)

Lomake testattiin 5-10 kohdehenkilöllä. Nämä kohdehenkilöt kertoivat mielipiteensä lomakkeesta kokonaisuutena, sekä sen yksittäisistä osa-alueista. Testaajat antoivat hyviä kehitysehdotuksia, nämä huomioon ottaen lomaketta muokattiin toimivammaksi. Muutosten jälkeen lomake testattiin uudelleen. Uudelleen testauksen jälkeen todettiin, että lomake oli hyvä ja sen avulla toteutettiin tutkimus.

## 6 TUTKIMUKSEN RELIABILITEETTI JA VALIDITEETTI

Validiteetti tarkoittaa mittarin tarkkuutta. Tarkalta mittaukselta edellytetään, että käytetty mittari kuvaa mahdollisimman hyvin eli harhattomasti sitä ilmiötä, jota halutaan mitata. Mittarin heikosta validiteetista johtuva mittausvirhe on systemaattinen. Epätarkkuus toistuu niin kauan kuin samaa mittaria käytetään mittaamiseen. (<http://fi.wikipedia.org/wiki/Mittaaminen> .)

Toteutetussa tutkimuksessa mittarina käytetty tutkimuslomake oli validi, koska se testattiin riittävän monien koehenkilöiden avulla. Lomakkeessa käytetyt mittarit kuvasivat ilmiötä jota haluttiin mitata. Lisäksi käytetyt mittarit sopivat toteutettuun mittaukseen parhaiten. Mittarit olivat myös riittävän tarkat, jotta saatiin paikkansa pitäviä tuloksia.

Mittausprosessin reliabiliteetti on sen luotettavuutta. Reliabiliteetti on mittaustapahtuman ominaisuus erotuksena mittarin ominaisuudesta. Luotettava mittaus tarkoittaa sovitun mukaista mittauksen toteutusta. Luotettavan mittauksen tuloksiin eivät vaikuta mittaamisen satunnaiset tekijät kuten mittaaja, mittaolosuhteet jne. Mittauksen epäluotettavuus aiheutuu mittaustapahtumaan liittyvistä satunnaisista häiriöistä ja vaihtelusta. Mittaus on luotettavaa, jos samasta aineistosta suoritettavat mittaukset antavat eri mittauskerroilla ja eri mittaajien suorittamina samat tulokset. Mittauksen luotettavuus voidaan varmistaa laatuajattelun mukaisesti hyvillä mittaushjeilla. Mittauksen luotettavuuden varmistamiseksi on tärkeää määritellä mittauksen toteutustapa niin yksikäsitteisesti, että toteutustapaa koskevien ohjeiden perusteella eri suorittajat saavat samasta aineistosta samat tulokset.

(<http://fi.wikipedia.org/wiki/Mittaaminen> .)

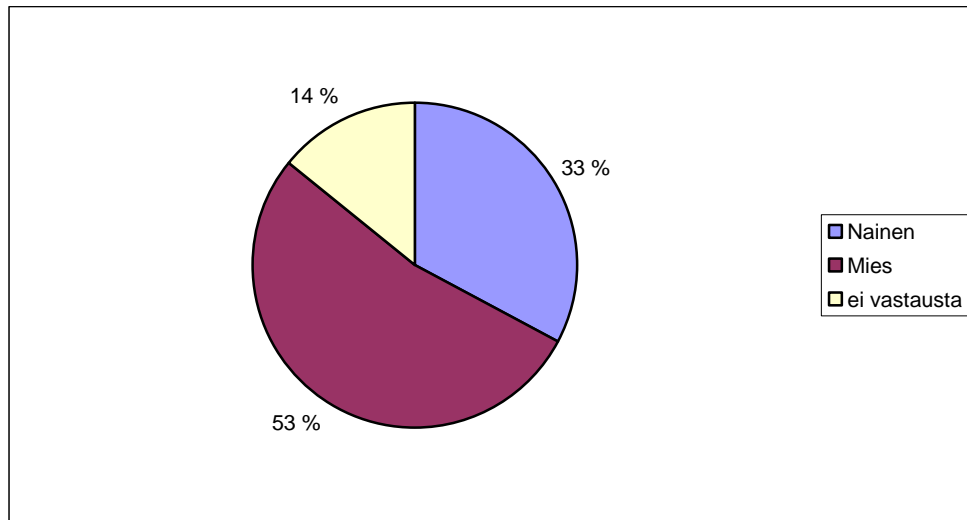
Mittausprosessi oli luotettava. Mittaus toteutettiin kuten oli sovittu. Tutkija ei vaikuttanut vastaajien antamiin vastauksiin. Mittausolosuhteet olivat neutraalit, joten ne eivät vaikuttaneet tutkimuksen tuloksiin. Tutkimuksen aikana ABC- ravintolassa ei ollut sellaisia häiriötekijöitä, jotka olisivat vaikuttaneet vastausten laatuun tai määrään. Tutkimusta ei ole toteutettu uudelleen, joten ei tiedetä saataisiinko uudelleen samat tulokset. Tutkimuksen toteutustapa oli kuitenkin määritelty siten, että samanlainen tulos olisi hyvin todennäköinen.

Nämä tiedot huomioon ottaen voidaan sanoa, että saadut tutkimustulokset ovat tarkkoja ja luotettavia.

## 7 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimukseen saatiin riittävästi vastauksia, jotta tuloksia voidaan pitää luotettavina. Tässä luvussa tutkimustulokset on esitelty kirjallisesti. Lisäksi mukana on tulosten pohjalta tehdyt kaaviokuvat, jotka selkeyttävät tulosten analysointia.

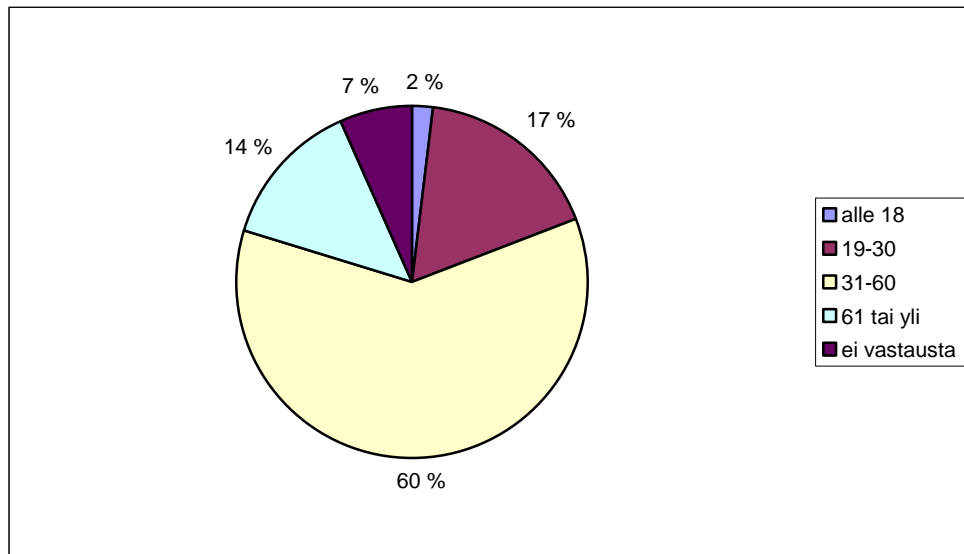
## 7.1 Sukupuolijakauma



Kuvio 3. Sukupuolijakauma

Kyselyyn vastasi yhteensä 147 asiakasta. Näistä asiakkaista 48 oli naisia, 78 miehiä ja 21 heistä jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Hieman yli puolet vastaajista oli miehiä. ABC:n lounasasiakaskunta koostuu suurelta osalta työmiehistä. Kyselyn toteuttamisen aikaan ABC:n tontille rakennettiin Kodin Terra, jonka rakentajat kävivät usein syömässä ABC:llä lounasaikaan.

## 7.2 Ikäjakauma

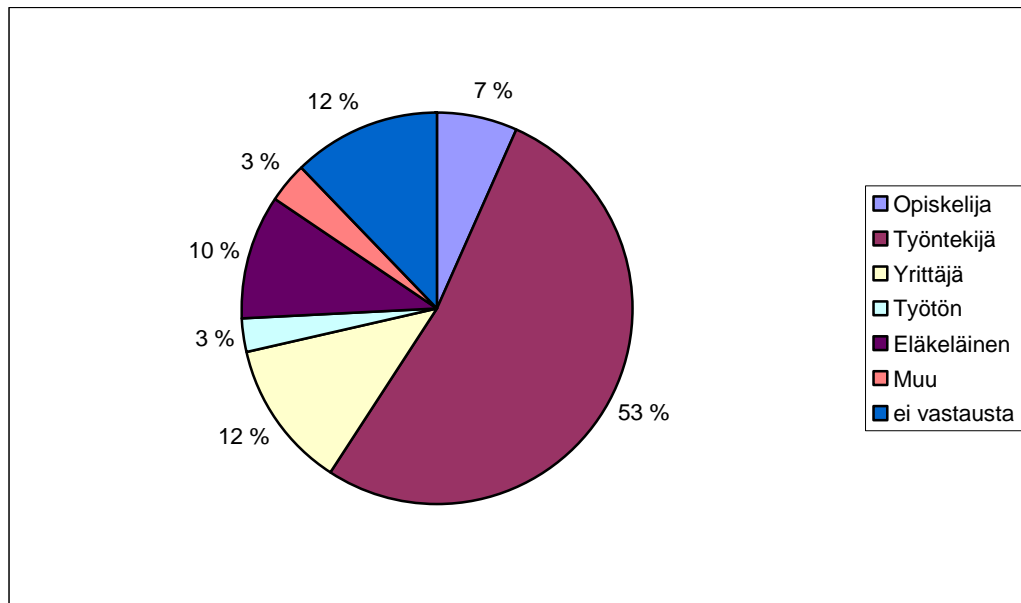


Kuvio 4. Ikäjakauma

Iältään asiakkaat jakautuivat siten, että vastanneista suurin osa, eli 89 vastannutta, oli 31-60-vuotiaita, 17%, eli 25 vastanneista oli 19-30-vuotiaita, 14 % eli 20 vastanneista oli 61 tai yli, 7% eli 10 vastanneista ei kertonut ikäänsä ja loput 2% eli 3 vastannutta oli alle 18-vuotiaita.

Ikäjakaumasta voi päätellä, että suuri osa vastanneista on keski-ikäisiä työssäkäyviä ihmisiä, jotka käyvät ruokailemassa lounastunnillaan. Toiseksi suurin ruokaileva ikäryhmä koostuu nuorista työntekijöistä tai opiskelijoista. Mukaan mahtuu myös eläkeläisiä ja koululaisia.

### 7.3 Ammattiryhmä

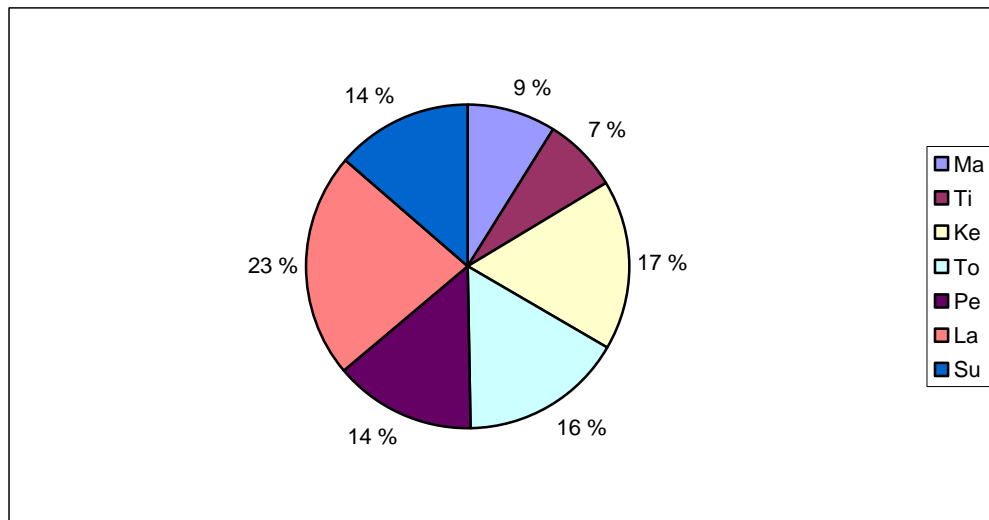


Kuvio 5. Ammattiryhmä

Suurin ammattiryhmä vastanneiden kesken oli työntekijä. Vastanneista 77 kertoi olevansa työntekijöitä. Muiden vastausvaihtoehtojen kesken vastaukset jakautuivat melko tasaisesti. 18 vastannutta kertoi olevansa yrittäjiä, 18 jätti vastaamatta, 15 oli eläkeläisiä, 10 opiskelijoita, 4 työtöntä ja 5 valitsi vaihtoehdon muu.

Nämä vastaukset vahvistavat omalta osaltaan oletusta joka esitettiin jo ikäryhmä- ja sukupuolijakauma kysymysten kohdalla. Oletamus oli että vastaajista suuri osa oli työntekijöitä ja niin sanottuja duunareita, jotka ruokatunnillaan käyvät ABC:llä lounaalla.

#### 7.4 Viikonpäivä

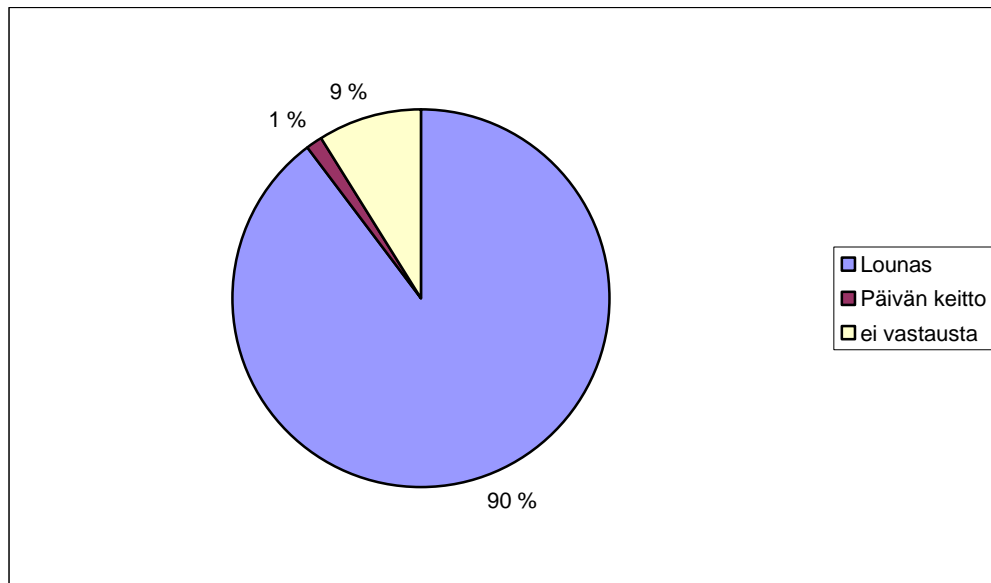


Kuvio 6. Viikonpäivä

Viikonpäivien kesken vastausten määrä jakautui melko tasaisesti. Pientä vastausten lukumäärän vähenemistä on havaittavissa tutkimuksen viimeisinä päivinä. Tutkimus aloitettiin keskiviikkona ja viimeiset lomakkeet jaettiin seuraavan viikon tiistaina. Tutkimukseen vastattiin hyvin ensimmäisinä päivinä. Lauantaina kun ruokailijoita oli eniten, saatiin myös lukumäärällisesti eniten vastauksia. Maanantain ja tiistain asiakkaista suuri osa oli jo oletettavasti vastannut kyselyyn aikaisempina päivinä, tästä johtuen vastauksia tuli hieman vähemmän.



## 7.5 Ruoka

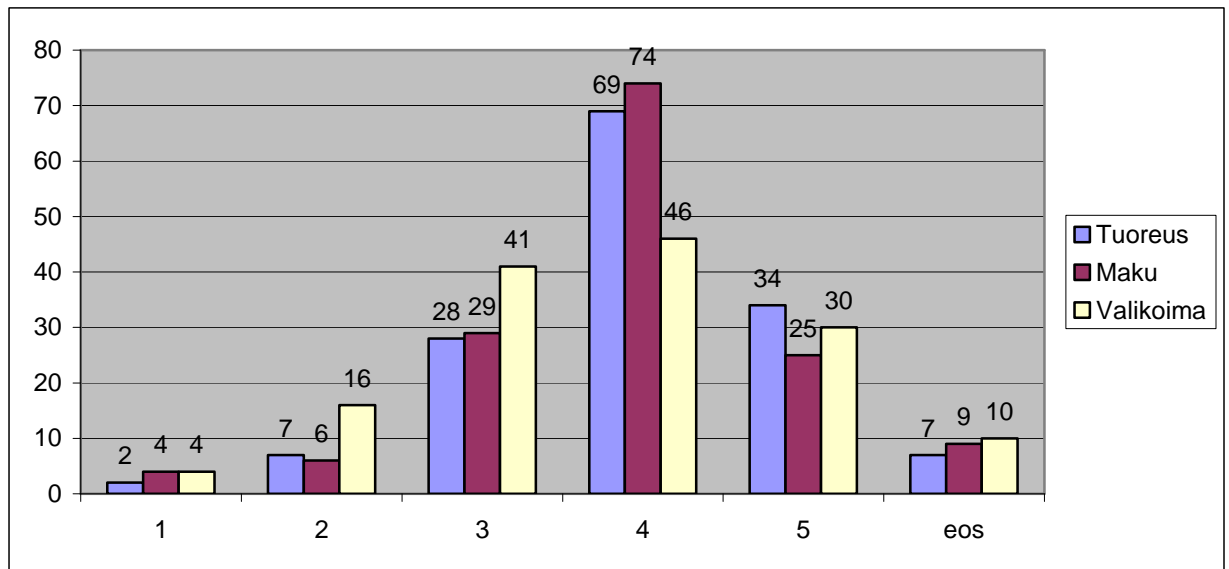


Kuvio 7. Ruoka

ABC:llä lounasvaihtoehtona on aina joko lämminruoka tai päivän keitto. Huomattavasti suurin osa vastaajista on valinnut lounaan, ja vain 2 vastannutta koko viikon aikana kertoi valinneensa keiton. 13 tutkimukseen osallistunutta jätti vastaamatta tähän kysymykseen.

Lämpimän ruoan valinnan yleisyyttä voidaan selittää sillä, että työntekijät tarvitsevat tukevaa ja täyttävää ruokaa. Ruoan tulee pitää kylläisenä vielä monen tunnin ajan, työpäivän loppuun saakka. Lisäksi keittoa on vain yhtä lajia, kun lämpimässä ruoassa on aina vähintään kaksi vaihtoehtoa mistä valita. Tämän vuoksi lämpimästä ruoasta löytyy useammin mieluisa vaihtoehto kuin keitosta.

## 7.6 Leivät

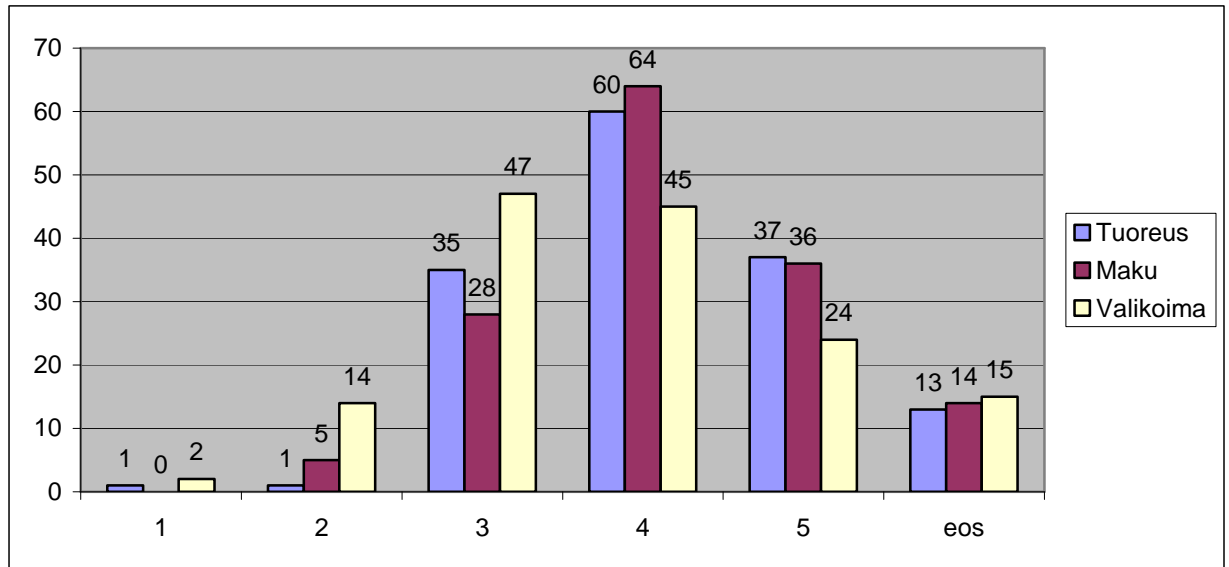


Kuvio 8. Leivät

Leivissä on aina vaihtoehtona tumma-, vaalea- ja näkkileipä. Lisäksi, jos on tarvetta, löytyy myös gluteeniton vaihtoehto. Tutkimuksessa pyydettiin arvioimaan leipien tuoreutta, makua ja valikoimaa. Suurin osa vastanneista oli sitä mieltä, että kaikki osat olivat erittäin hyviä. Moni oli vastannut että leipien tuoreus oli erinomainen ja valikoima hyvä. Eniten erinomaisia vastauksia sai leipien tuoreus.

Vain muutama vastaaja oli sitä mieltä, että kaikki osa-alueet olivat joko huonoja, tai tyydyttäviä. Osa vastaajista jätti leivät arvioimatta kokonaan, tämä johtuu joko siitä, että he eivät halunneet arvioida leipiä, tai he eivät syöneet leipää.

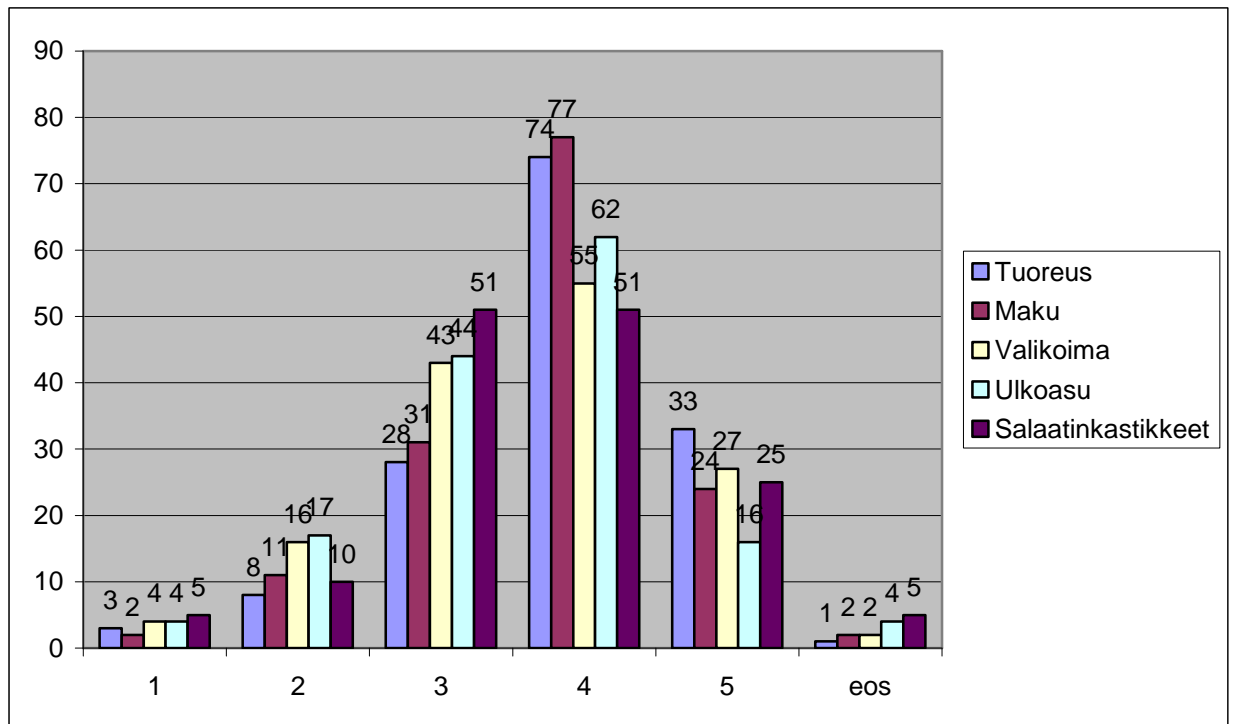
## 7.7 Levitteet



Kuvio 9. Levitteet

Levitteissä on aina kaksi vaihtoehtoa, joista asiakas voi valita, margariini ja tuorejuustolevite. Levitteiden kohdalla selvitettiin myös asiakkaiden mielipidettä tuoreudesta, mausta ja valikoimasta. Levitteiden osalta vastaukset jakautuivat hyvin samaan tapaan kuin leivissä. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että tuoreus ja maku olivat erittäin hyviä. Valikoima arvioitiin useimmiten hyväksi. Maku ei saanut yhtään huonoa arvosanaa, ja tuoreus ja valikoima vain muutaman. Kaiken kaikkiaan levitteisiin oltiin tyytyväisiä vaikka muutamat vastaajat jättivät vastaamatta myös tähän kysymykseen. Oletettavasti vastaamattomuus johtui samoista syistä kuin leipien kohdalla.

## 7.8 Salaatti



Kuvio 10. Salaatti

ABC:n salaattipöytä on runsas ja valikoima melko laaja. Yleensä valikoimassa on jokin raaste- sekä vihreä salaatti. Lisäksi löytyy joko fetaa tai raejuustoa, majoneesi-salaattia, tomaattia ja kurkkua. Valikoima vaihtelee päivittäin. Valmiita salaatinkastikkeita on kahta eri vaihtoehtoa, yleensä ne ovat talonkastike ja pippurikastike, toisinaan tarjolla voi olla myös valkosipulikastiketta. Lisäksi halukkaille löytyy myös oliiviöljyä ja punaviinietikkaa, joita voi lisätä salaattiin. Salaattipöydästä selvitettiin mitä mieltä vastaajat olivat salaattien tuoreudesta, mausta, valikoimasta, ulkoasusta sekä salaatinkastikkeista.

Vastaajat arvioivat tuoreuden yleisimmin erittäin hyväksi. Seuraavaksi eniten tuoreus arvioitiin erinomaiseksi ja hyviä arvoisanoja annettiin kolmanneksi eniten. Vain muutama vastanneista piti tuoreutta joko tyydyttävänä tai huonona.

Selvä enemmistö piti makua erittäin hyvänä. Erinomaisia ja hyviä arvoisanoja annettiin keskenään melkein yhtä monta, hyviä vain muutama erinomaisia enemmän. Vä-

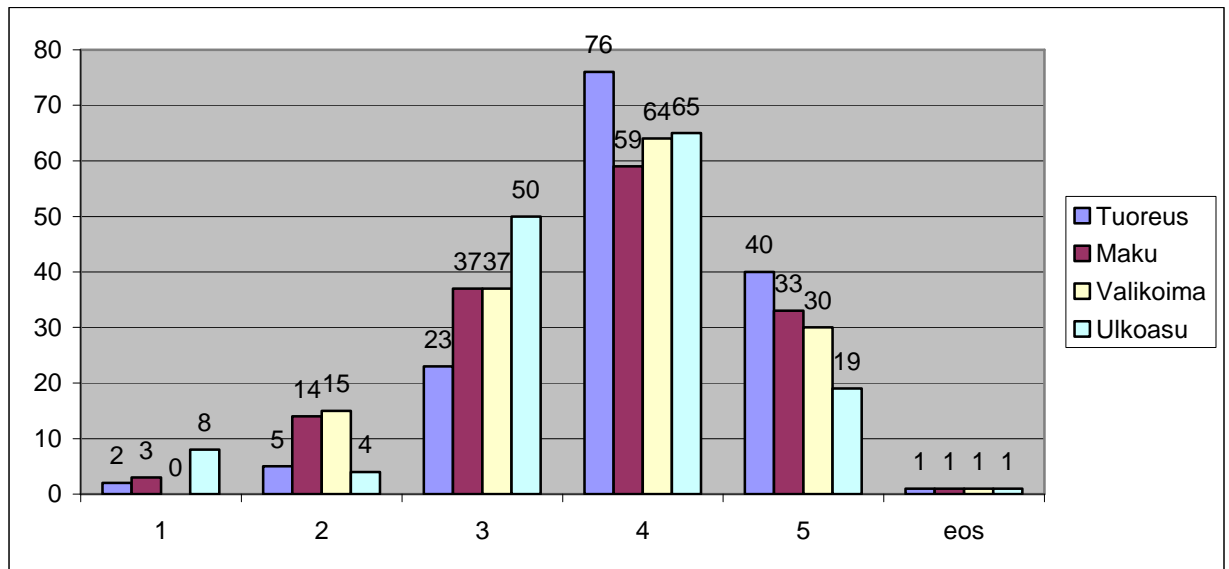
hemmistö vastaajista oli sitä mieltä, että maku oli tyydyttävä ja vain kaksi vastaajaa piti makua huonona.

Valikoiman kohdalla vastaukset jakoutuivat hieman tasaisemmin. Silti myös valikoidalle annettiin eniten erittäin hyviä arvosanoja. Hieman aikaisempia kohtia useampi oli sitä mieltä, että valikoima oli tyydyttävä.

Ulkoasuun oltiin keskimääräisesti tyytyväisiä ja sekin sai eniten erittäin hyviä ääniä. Toiseksi eniten se sai hyviä arvosanoja. Edellisistä kohdista poiketen ulkoasu sai enemmän tyydyttäviä kuin erinomaisia ääniä.

Salaatinkastikkeiden kohdalla vastausten enemmistö jakautui tasan hyvien ja erittäin hyvien arvostelujen kesken. Toiseksi eniten vastaajat arvioivat salaatinkastikkeet erinomaisiksi. Muutamat vastaajat olivat sitä mieltä, että kastikkeet olivat joko huonoja tai tyydyttäviä.

## 7.9 Noutopöytä



Kuvio 11. Noutopöytä

Noutopöytä tarkoittaa lämmintä ruokaa ja päivän keittoa. Lämmintä ruokaa on aina kahta eri laatua ja keittoa yksi vaihtoehto. Tässä kohdassa pyydettiin arvioimaan näiden tuoreutta, makua ja valikoimaa.

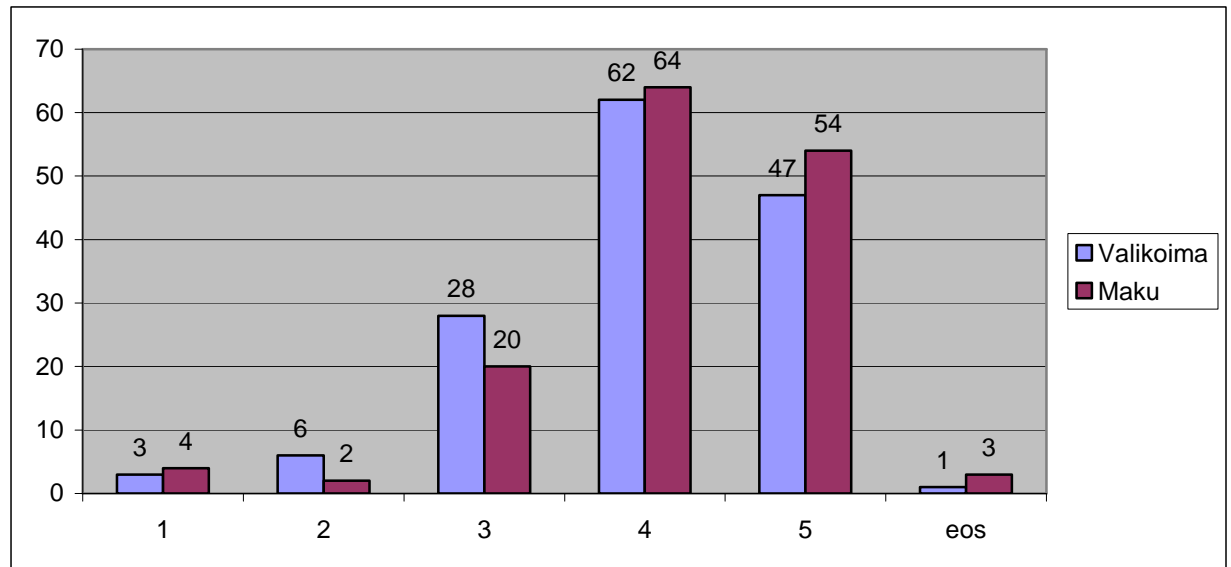
Vastaajat olivat selvästi eniten sitä mieltä, että tuoreus oli erittäin hyvä. Seuraavaksi eniten vastaajat arvioivat tuoreuden erinomaiseksi, sitten hyväksi. Vähiten vastauksia sai tyydyttävä ja huono vaihtoehto.

Maku arvioitiin erittäin hyväksi. Vastaajista lähes yhtä monta oli sitä mieltä, että maku oli joko erinomainen tai hyvä. Muutama vastaaja piti makua tyydyttävänä tai huonona.

Valikoimaa pidettiin erittäin hyvänä. Melko moni vastaaja piti valikoimaa joko hyvänä tai erinomaisena. Yksikään vastaaja ei arvioinut valikoimaa huonoksi.

Ulkoasu sai eniten erittäin hyviä arvosteluja. Seuraavaksi eniten ulkoasu arvioitiin hyväksi. Ulkoasu sai tutkittavista kohdista vähiten erinomaisia arvosteluja ja eniten huonoja arvosteluja.

## 7.10 Ruokajuoma

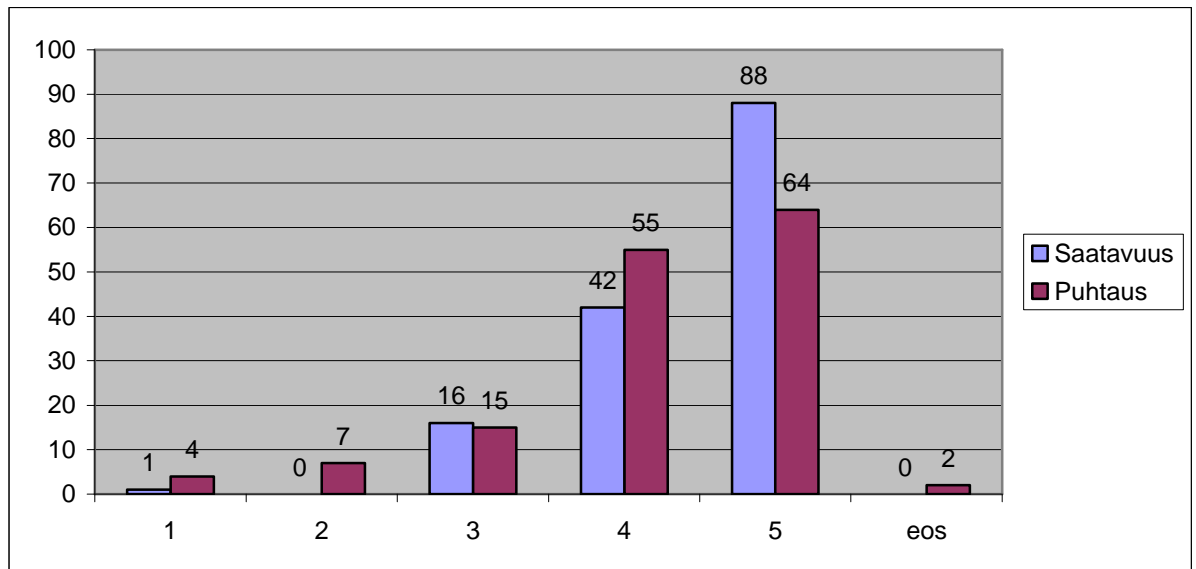


Kuvio 12. Ruokajuoma

Ruokajuomana ovat vesi, kevyt- ja rasvaton maito, sekä kotikalja tai mehu. Suuri osa asiakkaista juo joko maitoa tai kotikaljaa, vesi on myös suosittua, vain muutamat juovat mehua. Ruokajuomista selvitettiin tyytyväisyyttä valikoimaan ja makuun.

Ruokajuomiin oltiin yleisesti ottaen oikein tyytyväisiä. Erittäin hyvä oli molemmissa kohdissa yleisin vastaus. Makuun oltiin hieman tyytyväisempiä kuin valikoimaan. Ainoastaan hyvin harva vastaaja oli sitä mieltä että ruokajuomien maku ja valikoima olivat joko huonoja tai tyydyttäviä.

## 7.11 Ruokailuvälineet



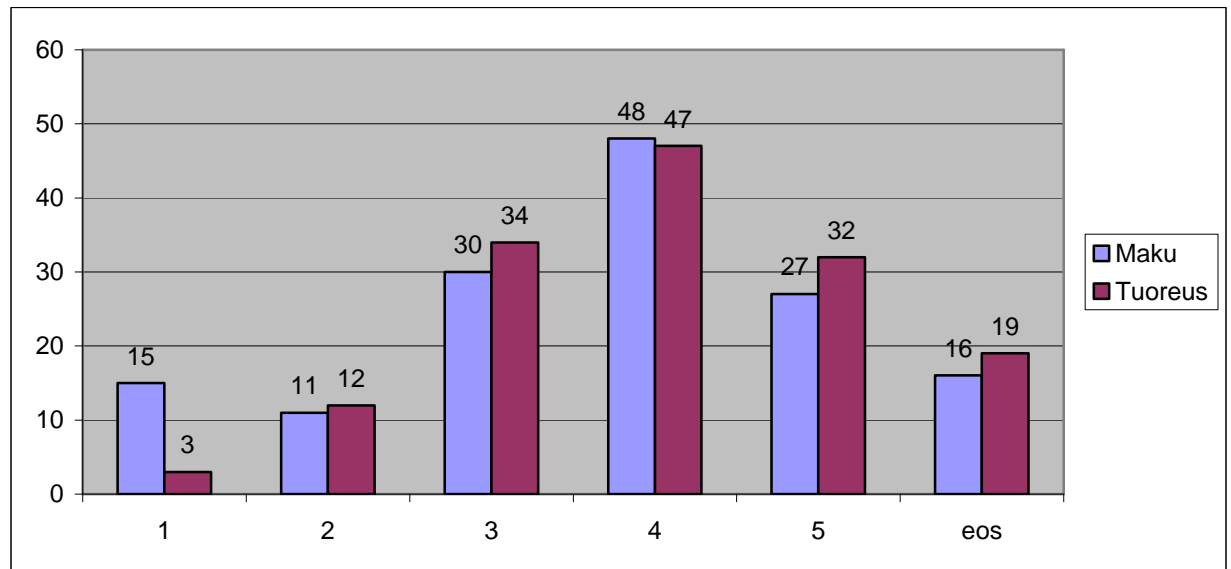
Kuvio 13. Ruokailuvälineet

Ruokailuvälineinä ovat veitsi, haarukka ja lusikka. Lisäksi lapsille on tarjolla muoviset lautaset ja mikit sekä pienemmät haarukat, veitset ja lusikat. Ruokailuvälineiden kohdalla selvitettiin asiakkaiden mielipidettä saatavuudesta ja puhtaudesta.

Ruokailuvälineet eivät saaneet juurikaan huonoja arviointeja, vaan vastaajat olivat selvästi sitä mieltä, että saatavuus ja puhtaus olivat erinomaisia. Tyydyttäviä arvosteluja ei annettu yhtään, ja huonoja vain muutama.



## 7.12 Jälkiruoka kahvi/tee

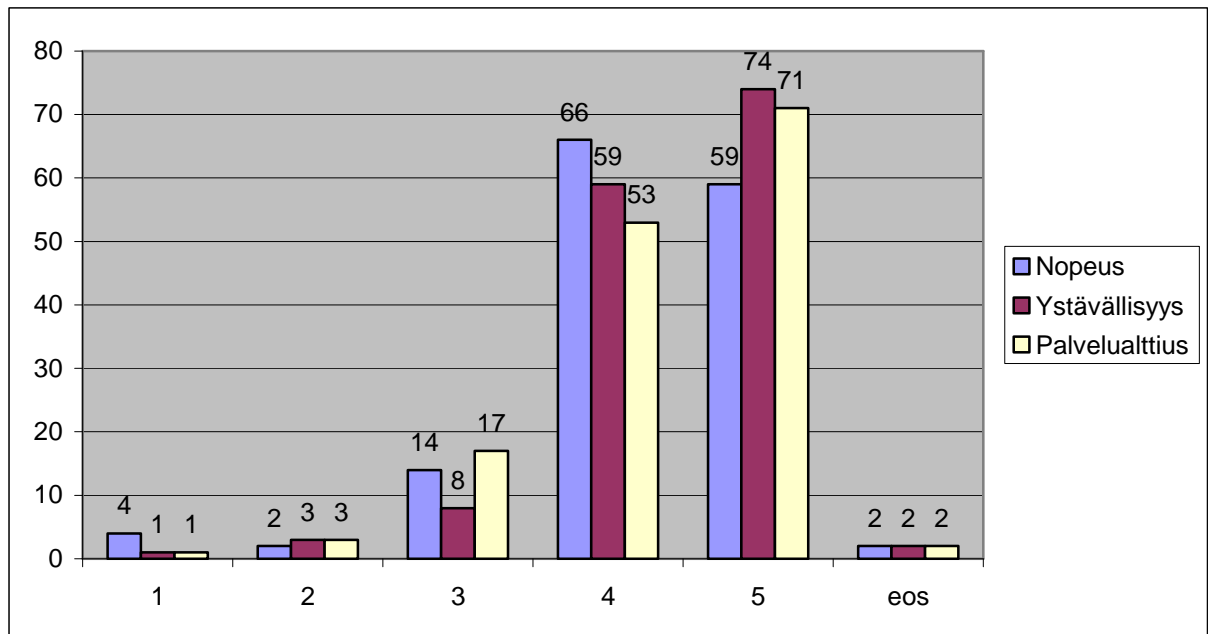


Kuvio 14. Jälkiruoka kahvi/tee

Lounaaseen ja päivän keittoon kuuluu aina myös jälkiruoka kahvi tai tee. Asiakas voi hakea haluamansa kahvilalinjastosta joko syötyään tai samalla kun ottaa ruokaa. Jälkiruoan kohdalla haluttiin tietää asiakkaiden mielipide mausta ja tuoreudesta. Tutkimuksessa ei selvitetty kuinka moni otti kahvia ja kuinka moni teetä, tätä ei katsottu tärkeäksi tiedoksi.

Jälkiruoka kahvin tai teen makuun ja tuoreuteen oltiin yleisesti ottaen tyytyväisiä, ja vastaajat arvioivat nämä yleisimmin erittäin hyväksi. Hyviä ja erinomaisia arvosteluja annettiin lähes yhtä monta. Maku arvioitiin huonoksi melko monta kertaa. Yllättävän moni vastaaja jätti vastaamatta jälkiruokaa koskeviin kysymyksiin, tämä johtuu todennäköisesti joko siitä, että he eivät juoneet kahvia tai teetä, tai he palauttivat lomakkeen jo ennen jälkiruoan juomista. Jälkimmäinen vaihtoehto on mahdollinen siitä syystä, että kyselylomake pyydettiin palauttamaan laatikkoon, joka oli hyvin lähellä kahvin/teen nouto paikkaa.

## 7.13 Palvelu



Kuvio 15. Palvelu

Palvelu on aina tärkeä osa asiakastyytyväisyyttä. Tällä kertaa haluttiin tietää mitä mieltä asiakkaat olivat palvelun nopeudesta, ystävällisyydestä ja henkilökunnan palveluallttiudesta.

Tähän osa-alueeseen oltiin selvästi kaikkein tyytyväisimpiä. Suurin osa vastaajista arvioi ystävällisyyden erinomaiseksi, myös palvelualltius arvioitiin useimmiten erinomaiseksi. Nopeus sai hiukan enemmän erittäin hyviä, kuin erinomaisia arvosteluja. Tämä voi johtua siitä, että lounasaikaan on yleensä ruuhkaa, koska työpaikoilla on yleensä samaan aikaan ruokatunti, ja tällöin jonoja kertyy. Aina tähän ei voida vaikuttaa ainoastaan kassatyöskentelyllä, vaan nopeuteen vaikuttaa myös tahti jolla asiakkaat valitsevat ruokaa, ja se kuinka nopeasti keittiön henkilökunta täyttää loppuneita tuotteita. Näistä seikoista huolimatta nopeuteen oltiin kaiken kaikkiaan hyvin tyytyväisiä. Todella harva vastaaja antoi arviokseen huonon tai tyydyttävän.

#### 7.14 Avoimet vastaukset

Kyselylomakkeen lopussa vastaajaa pyydettiin kertomaan omin sanoin muita kommentteja tai kehitysehdotuksia koskien kaikkia osa-alueita. Todella monet vastaajat kirjoittivat muutamalla lauseella mielipiteensä. Nämä vastaukset olivat todella arvokas lisä aikaisempiin kysymyksiin. Katso liite 2.

Avoimiin vastauksiin asiakkaat olivat laittaneet melko paljon negatiiviseksi luokiteltavia mielipiteitä. Tässä on eriteltyä ja arvioituna asiakkaiden mielipiteitä.

Positiivisia mielipiteitä oli

- Ihan hyvä paikka!
- Hyvä henkilökunta ja iloinen palvelu
- Viihtyisä ja toimiva ruokapaikka nopeasti tarvitsevalle
- Kiitos teille hyvästä palvelusta!
- Ruoka on maittavaa ja hyvää ei valittamista
- Mukava ruokailla, mukava ilmapiiri, siistiä.
- Henkilökunta ystävällistä
- Hyvä käydä syömässä, samalla myös kauppareissulla. Saa viedä loton ja ke-non samalla kertaa. Usein näkee tuttavvia. Ruokailu on joustavaa, mutta yleensä tulee syötyä liikaa. Tilaa on riittävästi. Käy kaikenlaisia ihmisiä, työläisiä, poliiseja, ambulansseja ja eläkeläisiä. Ei varmaan asiakaspulaa. WC:t on siistejä, Kiitos!
- Asiakasystävällinen astianpalautusjärjestelmä
- Edes ruuhka-aikaan en ole huomannut minkään loppuneen
- Kotikalja erityisen hyvää!
- Kyl oli kompseet eli hyvöö
- Tupakkakoppi ehdottomasti plussaa!!
- Hyvä ja melko nopeakin palvelu, ja hyvät ruuat, kiitos!
- ABC-Tikkulan ravintolassa saa kokemukseni mukaan hyvää ja ystävällistä palvelua
- Käymme vaimon kanssa joka viikko!

Näistä palautteista huomaa että tyytyväisimpiä ollaan henkilökuntaan ja palveluun. Asiakkaat ovat myös sitä mieltä, että ABC:n lounas on helppo ja nopea tapa ruokaila.

Tupakkakoppia ei enää ole, koska remontin yhteydessä se poistettiin uuden lain astuttua voimaan.

Kaikista avoimista palautteista eniten kommentteja sai salaattipöytä.

- Salaattipöytä monipuolisempi, enemmän salaatteja raaste- ja tuoresalaatteja
- Vihreä salaatti usein kovia korppuja/ salaattikerän sisäosia
- Pitäkää salaatit erillisinä, älkää sekoittako kaikkiin sipulia yms.
- Osa salaateista loppunut. Nimikyltti auttaisi salaateissa joissa on mukana kastike, olisiko ollut sienisalaattia tänään, en ottanut kun en tiennyt.
- Raasteet nuutuneita, valmistus liian aikaisin lounasaikaan menekki runsas, olisiko salaattivahti paikallaan?
- Salaatinkastikkeen annostelu kauhalla oli parempi systeemi, kuin pullosta!
- Säilöntäaineeton salaatinkastike
- Salaattipöydän siivousta tehostettava
- Salaattipöytä on karsea, suttuinen, koska pitää kuritella taimmaisista purnukoista ja aina näyttää tippuvan toisiin purnukoihin.
- Miksi suuret salaatinkastike pullo pitää olla edessä? Voisiko ne olla vaikka keittopadan vieressä?
- Homejuusto & ananas, ne päivät pettymys kun niitä ei ole
- Korkeiden salaatinkastikepullojen takaa vaikea ottaa salaattia
- Salaattipöytään vaihtelua, raaka kaali on aika tylsää
- Salaatinkastikkeiden pullo hankala
- Pöytien puhtaudessa parantamisen varaa, samoin salaattipöydän siisteys.
- Salaattikastikepullo usein likainen (inhottava sotkea kätensä), myös takimaisia salaatteja vaikea kurottaa sotkematta hihojaan.
- Salaattipöytään voisi lisätä raejuustoa
- Leipävalikoima isompi samoin salaattikastikkeet
- Raejuustoa salaattipöytään kiitos

- Salaatti voisi olla monipuolisempi.

Salaattipöydässä eniten negatiivista palautetta saivat salaatinkastikepullot. Ne olivat asiakkaiden mielestä liian suuret ja suttuiset. Tutkimuksen jälkeen ensimmäinen muutos, joka tutkimuksen pohjalta tehtiin, oli kauhallisiin salaatinkastikeastioihin palaaminen.

Lisäksi salaattipöydän siisteys oli asiakkaiden mielestä huono. Asiakkaat haluavat myös enemmän vaihtelua salaattipöydän valikoimaan. Raejuustoa toivottiin kahdessa lomakkeessa. Raejuusto on usein valikoimassa, nämä asiakkaat osuivat ruokailemaan päivänä jolloin sitä ei valitettavasti ollut tarjolla.

Lämmin ruoka sai myös palautetta

- Perunat ovat olleet kylmiä melkein joka kerta, joskus liha ollut sitkeää.
- Toivomuksia: kaalikääryleet, maksakastike, limppua, silakkapihvit
- Kanankoivet loppu, nakkikastike loppu klo11.30!
- Lounaalla kalaa vaikka joka päivä yhtenä vaihtoehtona
- Salaatit ja perunat loppu noutopöydästä
- Noutopöydästä loppu perunamuusi, päivänkeitto, vihreä salaatti, kurkku
- Ruuat sais joskus olla kuumempiakin!
- Ruuan makuihin erilaisuutta
- Joskus säärittävää ruokaa. Eineksiä, perkele. Esim. Mummon lihapullat - kusetusta
- Ruoka-annokset vois laittaa yhteen riviin, ettei tarvitsisi kurotella hihan kanssa ruokien yli (hygienesyys)
- Muusi suolaista!
- Ehdottomasti liian suolaista muusia
- Kokonaisuus kunnossa. Suurin yksittäinen ongelma on noutopöydän lihaleikkeen liian ”teollinen” maku.
- Ruoka voisi olla joskus hiukan ”lämpimämpää”
- Joka päivä kevyt vaihtoehto myös tänään oli, mutta aina ei ole
- Lisää tulisia ruokia

- Mielestäni ruoka on sairaalamaista.
- Mausteita enemmän.
- Monipuolisempaa ruokaa
- Samat ruuat kiertää, esim. välillä makkaraa/nakkeja erimuodoissa monta päivää putkeen
- Riisi usein vetistä, kuten myös perunamuusi, on se kyllä kumma (siinä suurimmat puutteet)

Lämpimiä ruokia vastaajat olivat arvostelleet enimmäkseen päiväkohtaisesti, ei kokonaisuutena. Selkeästi viikon aikana oli muutama päivä, joina asiakkaat eivät olleet kovin tyytyväisiä lämpimän ruuan laatuun. Yleisellä tasolla asiakkaat ovat sitä mieltä, että ruoka saisi olla lämpimämpää ja maustetumpaa. Myös enemmän vaihtelua ruokalistoihin toivottiin.

Muita toiveita esitettiin

- Tarjottimet ovat liian pienet salaattilautaselle ja ruokalautaselle
- Sinappi/ketsuppi pöytiin!
- Ennen salaattipöytää pitäisi olla myös isoja lautasia!
- Lautaset (keltaiset) väriltään ikävä. Vaihtakaa valkoisiin. Huonokin ruoka maistuu paremmalta niistä. Ei teillä silti ruoka huonoa ollut.
- Toivon ruokailuvälineitä jotka ovat parempia ja terävämpiä käyttää huom. käsien voimat huonot ote ei pidä t. reumaatikot ym. kiitos

Ruokailuvälineiden paikkoihin toivottiin muutosta. Muutos ei varmaankaan ole mahdollista, ellei lounaslinjastoa remontoita, koska linjastossa on kiinteät paikat mm. ruokalautasille.

- Lounaan menu voisi olla näkyvämmiin esillä, ruokien vieressä esimerkiksi
- Viikon ruokalista olisi kiva näkyvillä! Vois tulla syömään silloin kun on oma suosikkiruoka.

Lounaan menu on esillä linjaston päällä kahdessa kohtaa. Lisäksi menun voi käydä lukemassa internetistä osoitteesta [www.noutopoyta.fi](http://www.noutopoyta.fi). Ehkä linjaston päällä olevat listat voisivat olla hieman suuremmat jotta asiakkaat huomaisivat ne helpommin.

- Kahvia toisenlaisella keittimellä? / Raaka-aine toiseksi.
- Kahvi paremmaksi ja kotikalja
- Reilun kaupan kahvi ei ole minun makuuni
- Monelle epäselvää kuuluuko kahvi/tee lounaaseen. Saisi olla joku kyltti
- Teepussit veden viereen kassalta
- Kun saisi puolen kupin kahveja
- Cappuchino automaatista aika pahaa...
- Kahvi ei maistu kahvilta.

Kahvi sai vain negatiivista palautetta. Kyselyn toteuttamisen jälkeen ABC-asetat ovat vaihtaneet kahvilaatunsa Kulta Katriinaan, koska Reilun kaupan kahvi oli saanut niin paljon huonoa palautetta maustaan asiakkailta. Tämä makuongelma on siis voinut jo ratketa kahvilaadun muutoksen myötä.

Muutama rekkakuski oli ihmeissään miksi he eivät saa pysäköidä autojaan ABC:n pihaan. Tämä pysäköintikielto oli väliaikainen ja johtui rakenteilla olleesta Kodin Terran työmaasta, joka vei suuren osan ABC:n parkkipaikasta. Aiheesta kirjoittaneet rekkakuskit olivat jättäneet yhteystietonsa ja heihin otettiin yhteyttä ja selvitettiin tilanne.

- Hintaa liian korkea (n 1 euro pois)
- Ruoka liian kallista laatuun nähden!

Kaksi vastaajaa oli sitä mieltä että lounaan hinta on liian korkea. Kyselyssä ei selvitetty asiakkaiden yleistä mielipidettä hinnasta. Jos joskus tehdään uusi tutkimus lounaasta, voisi hinnan ottaa silloin mukaan tutkimukseen.

Vastausten joukossa oli muutama melko negatiivinen vastaus

- Kyseisenä päivänä asiat oli hoidettu paremmin kuin aikaisemmin. Edellisillä kerroilla ruoat ovat olleet loppu ja odotusaika on ollut aika pitkä. Henkilökunta on katsonut kiukkuisena (kohti) kun maininnut asiasta.
- Toivottavasti parannetaan noutopöydän antimia siten, etteivät kipat ole aina tyhjiä näin käy miltei joka kerta ettei ole mitään ottaa. Olisiko mahdollista että ruuhka-aikaan olisi yksi henkilö vastuussa siten että huolehtisi ainoastaan kulhojen täyttämisestä? Huom! Henkilökunta muuten palveluultista ja mukavaa. ps. olen vakiasiakas.
- Koskee kaikkia ABC yksiköitä siivous mennyt alas
- Vetoisa ruokapaikka
- Ahtaat vessakopit
- Lounasaikaan kassalla liikaa muita töitä kuin rahastaminen, ruoka jäähtyy odottaessa

Asiakkaat selvästi haluavat että lounaalla asiat sujuvat nopeasti ja ruokaa on heti tarjolla. Jos he joutuvat odottamaan, on palaute sen mukaista. Tämä on ymmärrettävää, sillä lounastunti on melko lyhyt ja siinä ajassa täytyy ehtiä syömään hyvin, jotta jaksaa tehdä töitä koko päivän ajan.

ABC:llä on tehty suuri remontti tutkimuksen toteuttamisen jälkeen. Tässä remontissa muun muassa vessat kokivat täyden muutoksen. Todennäköistä on että vessakopit eivät enää ole niin ahtaat kuin tutkimusta tehdessä. Samaten vetoisuus on saattanut korjaantua remontin myötä.

Asiakkaat lähettivät myös tervehdyksiä ja omia ehdotuksiaan

- Hyvää joulun odotusta koko henkilökunnalle
- Pekalle (Kakko) terveisiä
- Kyselyssä olisi voinut selvittää myös salin siisteyttä, viihtyisyyttä ja toimivuutta, jotka ovat osa hyvää palvelua. Kaikki kunnossa!

Tutkimuksesta rajattiin salin siisteys, viihtyisyys ja toimivuus pois, koska tiedettiin että saliin oli tulossa suuri remontti joka muuttaa tilannetta nopeasti.



### 7.15 Toimintaehdotukset

Vastausten perusteella voidaan sanoa, että ABC:n henkilökunnan kannattaa kiinnittää huomiota erityisesti salaattipöydän siisteyteen ja valikoimaan. Lisäksi lämpimän ruuan lämpötilaa tulee tarkkailla ja huolehtia siitä, että ruoka ei ehdi jäähtymään. On myös tärkeää, etteivät ruuat lopu kesken ja että astioita täytetään ripeään tahtiin. Asiakkaat toivovat myös sujuvaa ja nopeaa palvelua.

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimus onnistui hyvin. Tutkimuslomakkeen laadinta oli onnistunut. Lomake oli riittävän lyhyt ja yksinkertainen jotta asiakkaiden oli helppo vastata kysymyksiin. Samalla lomakkeeseen saatiin mukaan kaikki tutkimuksen kannalta tärkeät osat alueet. Kyselyyn saatiin riittävästi vastauksia, jotta tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina ja pakkansa pitävinä. Asiakkaat vastasivat kyselyyn omassa rauhassa, joten tutkija tai henkilökunta ei vaikuttanut heidän vastauksiinsa.

Käytetty menetelmä oli tutkimukseen sopivin. Menetelmän avulla saatiin paljon tietoa lyhyessä ajassa. Jos asiakkaan mielestä annetut vaihtoehdot ei vastannut heidän mielipidettä, oli asiakkaalle annettu mahdollisuus kirjoittaa mielipiteensä omin sanoin tutkimuslomakkeen loppuun.

Tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että ABC-Tikkulan lounasasiakkaat ovat kaikkiaan tyytyväisiä ABC:n tarjoamaan lounaaseen. Palvelu sai parhaimmat arviot. Lähes kaikissa tutkimuksen osissa erittäin hyvä oli yleisin vastaus, tämä kertoo siitä, että asiakkaat ovat hyvin tyytyväisiä saamaansa ruokaan. Huonoja arvioita annettiin hyvin vähän.

Tutkimuksen avulla saatuja tietoja voidaan käyttää hyväksi lounasta kehitettäessä. Vaikka asiakkaat ovat tyytyväisiä lounaaseen, on aina mahdollista parantaa tuotetta ja palvelua. Tutkimustuloksia voidaan käydä läpi yhdessä lounaasta vastaavan henkilökunnan kanssa, näin henkilökunta saa selkeää palautetta työstään. Hyvä palaute innostaa jatkamaan hyvää työtä ja kehittämään toimintaa edelleen.

Jatkossa haasteena on pitää lounaan hyvää tasoa yllä, ja kehittää toimintaa yhä paremmaksi. Tulevaisuudessa voisi tehdä uuden tutkimuksen, josta saataisiin selville onko tutkimuksen seurauksena tehdyt muutokset muokannut lounasta parempaan suuntaan.

## LÄHTEET

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki. Edita Prima Oy.

Korkeamäki, A & Pulkkinen, I & Selinheimo R. 2002. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo. WS Bookwell Oy.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Lahtinen, J & Isoviita, A. 1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Lepola, R. & Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. & Sulkanen, L. 1995. Optio asiakaspalvelu. Porvoo. WSOY.

Paakkanen, R. & Korkeamäki, A. & Kiiras, H. 2009. Palvelun taitajaksi. Helsinki. WSOY Oppimateriaalit Oy 2009.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki. Kauppakaari Oyj.

Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas?. Keuruu. Otavan kirjapaino Oy.

## VERKKOLÄHTEET

ABC asemat kotisivut. [verkkosivut]. [viitattu 10.2.2009]. Saatavissa <http://www.abcasemat.fi/>

ABC asemat kotisivut. [verkkosivut]. [viitattu 10.2.2009]. Saatavissa <http://www.abcasemat.fi/verkosto/liikennemyymalat/pori>

ABC asemat kotisivut. [verkkosivut]. [viitattu 10.2.2009]. Saatavissa <http://www.abcasemat.fi/noutopoyta>

Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Asiakkuusajattelu, Asiakassuhteen arvonmuodostus, asiakastyytyväisyys ja asiakastarpeiden kartoitus. [verkkodokumentti]. 2006 [viitattu 7.10.2009]. Saatavissa:

<http://kouvola.lut.fi/files/download/Asiakkuusajattelu.pdf>

Wikipedia. [verkkosivut]. [viitattu 8.10.2009]. Saatavissa

<http://fi.wikipedia.org/wiki/Mittaaminen>

## LIITTEET

Liite 1 Kyselylomake

Liite 2 Avoimet vastaukset

# ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY ABC-TIKKULAN LOUNASASIAKKAILLE



Perustiedot, ympyröi vaihtoehtoista oikea

Sukupuoli: Nainen Mies  
 Ikä: alle 18 19-30 31-60 61 tai yli  
 Ammatti: Opiskelija Työntekijä Yrittäjä Työtön Eläkeläinen  
 Muu  
 Viikonpäivä jolloin olit ruokailemassa \_\_\_\_\_  
 Ruoka: Lounas Päivän keitto

Alla on eriteltyinä lounaaseen kuuluvat osa-alueet. Anna palaute asteikolla yhdestä viiteen (1-5)

1=Huono 2= Tyydyttävä 3= Hyvä 4= Erittäin hyvä 5= Erinomainen

Ympyröi mielestäsi tuotetta parhaiten kuvaava vaihtoehto

## SALAATTIPÖYTÄ

Leivät

- |             |   |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
|             |   |   |   |   |   |
| • tuoreus   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • maku      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • valikoima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Levitteet

- |             |   |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
| • tuoreus   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • maku      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • valikoima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Salaatti

- |                       |   |   |   |   |   |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| • tuoreus             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • maku                | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • valikoima           | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ulkoasu             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • salaatin kastikkeet | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

## NOUROPÖYTÄ

- |             |   |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
| • tuoreus   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • maku      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • valikoima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ulkoasu   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### RUOKAJUOMAT



- |             |   |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
| • valikoima | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • maku      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### RUOKAILUVÄLINEET

- |             |   |   |   |   |   |
|-------------|---|---|---|---|---|
| • saatavuus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • puhtaus   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### JÄLKIRUOKA KAHVI/TEE

- |           |   |   |   |   |   |
|-----------|---|---|---|---|---|
| • maku    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • tuoreus | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

### PALVELU

- |                  |   |   |   |   |   |
|------------------|---|---|---|---|---|
| • nopeus         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • ystävällisyys  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| • palvelualttius | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Muita kommentteja tai kehitysehdotuksia koskien kaikkia osa-alueita \_\_\_\_\_

---

---

---

---

---

---

### KIITOS PALAUTTEESTA!!

Mikäli haluat osallistua arvontaan, täytäthän myös yhteystietosi. Palkintona on yksi 50€ arvoinen lahjakortti ABC-Tikkulan ravintolaan. Voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

Nimi: \_\_\_\_\_

Osoite: \_\_\_\_\_

Puhelinnumero: \_\_\_\_\_

## Avoimet vastaukset

- Ihan hyvä paikka!
- Perunat ovat olleet kylmiä melkein joka kerta. joskus liha ollut sitkeää.
- Hyvä henkilökunta ja iloinen palvelu
- Tarjottimet ovat liian pienet salaattilautaselle ja ruokalautaselle
- Viihtyisä ja toimiva ruokapaikka nopeasti tarvitsevalle
- Toivomuksia: kaalikääryleet, maksakastike, limppua, silakkapihvit
- Viikon ruokalista olis kiva näkyvillä! Vois tulla syömään silloin kun on oma suosikkiruoka.
- Käymme vaimon kanssa joka viikko!
- Kiitos teille hyvästä palvelusta!
- Kanankoivet loppu, nakkikastike loppu klo 11.30!
- Salaattipöytä monipuolisempi, enemmän salaatteja raaste- ja tuoresalaatteja
- Lounaalla kalaa vaikka joka päivä yhtenä vaihtoehtona
- Sinappi/ketsuppi pöytiin!
- Kyseisenä päivänä asiat oli hoidettu paremmin kuin aikaisemmin. Edellisillä kerroilla ruoat ovat olleet loppu ja odotusaika on ollut aika pitkä. Henkilökunta katsonut kiukkuisena (kohti) kun maininnut asiasta.
- Ruoka on maittavaa ja hyvää ei valittamista
- Mukava ruokailla, mukava ilmapiiri, siistiä.
- Tikkulan ABC:llä on ystävällinen henkilökunta, mutta kaikilta ABC:asemilta ei voi sanoa samaa. Esim. Tupoksen ABC! Lisäksi ihmetyttää, miksei Tikkulan ABC:lle haluta kuorma-autoilijoita ollenkaan, kun on parkkikiellot joka puolella. Palaute meni hieman aiheen viereen, mutta jos noteeraatte jotenkin, niin hyvä!
- Kahvia toisenlaisella keittimellä?/ Raaka-aine toiseksi.
- Salaatit ja perunat olivat loppu noutopöydästä
- Ennen salaattipöytää pitäisi olla myös isoja lautasia!
- Vihreä salaatti usein kovia korppuja/ salaattikerän sisäosia
- Pitäkää salaatit erillisinä, älkää sekoittako kaikkiin sipulia yms. kahvi ei maistu kahvilta.
- Henkilökunta on ystävällistä



- Toivottavasti parannetaan noutopöydän antimia siten, etteivät kipat ole aina tyhjiä näin käy miltei joka kerta ettei ole mitä ottaa. Olisiko mahdollista että ruuhka-aikaan olisi yksi henkilö vastuussa siten että huolehtisi ainoastaan kulhojen täyttämisestä? Huom! Henkilökunta muuten palvelu-altista ja mukavaa. Ps. Olen vakiasiakas.
- Leipää en ottanut, enkä levitteitä. Salaatti: voisi olla monipuolisempi. Kahvia tulee juotua töissä liikaa
- Noutopöydästä oli loppu perunamuusi, päivänkeitto, vihreä salaatti, kurkku
- Kahvi paremmaksi ja kotikalja
- Vaihtelu virkistäisi
- Osa salaateista loppunut. Nimikyltti auttaisi salaateissa joissa on mukana kastike, olisiko ollut sienisalaattia tänään, en ottanut kun en tiennyt.
- Raasteet nuutuneita, valmistus liian aikaisin lounasaikaan menekki runsas, olisiko salaattivahti paikallaan?
- Ruoka kallista laatuun nähden!
- Salaatinkastikkeen annostelu kauhalla oli parempi systeemi, kuin pullosta!
- Hintaa liian korkea (n 1 euro pois)
- Ruuat saisi joskus olla kuumempiakin!
- Muuten kaikki OK, mutta olen rekkakuski ammatiltani ja aina kun tulen tänne syömään ja jätän auton pihalle parkkiin niin joudun rikkomaan pysäköintikieltoa. VAI EMMEKÖ ME ISOJEN AUTOJEN KULJETTAJAT OLE TERVETULLEITA ABC TIKKULAAN.
- Säilöntäaineeton salaatinkastike
- Salaattipöydän siivousta tehostettava
- Ruuan makuihin erilaisuutta
- Salaattipöytä on karsea, suttuinen, koska pitää kurotella taimmaisista purnukoista ja aina näyttää tippuvan toisiin purnukoihin. Miksi suuret salaatinkastike pullot pitää olla edessä? Voisiko ne olla vaikka keittopadan vieressä? Kaikki kastikkeet, siis lämpimät, maistuvat aina samalta, oli ne sitten kerma, liha tai lihapullakastikkeita. Kalakaan ei maistu kalalle. Vatsansa saa täyteen, mutta makunautintoa ei ole. Ei tarvitsisi olla niin paljon etikkaliemissä säilöttyjä salaattijuttuja, mieluiten vaikka paria erilaista raakakasvisalaattia ja ehkä mustekurkkua tms. lisäksi. Kalja on hiivaista ja vesi lämmintä.

- Hyvä käydä syömässä, samalla myös kauppareissulla. Saa viedä loton ja ke-non samalla kertaa. Usein näkee tuttavvia. Ruokailu on joustavaa, mutta yleensä tulee syötyä liikaa. Tilaa on riittävästi. Käy kaikenlaisia ihmisiä, työläisiä, poliiseja, ambulansseja ja eläkeläisiä. Ei varmaan ole asiakaspulaa. WC:t on siistejä, Kiitos!
- Pekalle (Kakko) terveisiä
- Reilunkaupan kahvi ei ole minun makuuni
- +homejuusto & ananas, ne päivät pettymys kun niitä ei ole
- +asiakasystävällinen astianpalautusjärjestelmä
- -korkeiden salaattinkastikepullojen takaa vaikea ottaa salaattia
- -monelle epäselvää kuuluuko kahvi/tee lounaaseen. Saisi olla joku kyltti
- +edes ruuhka-aikaan en ole huomannut minkään loppuneen
- -teepussit veden viereen kassalta
- +kotikalja erityisen hyvää! ☺
- Koskee kaikkia ABC yksiköitä siivous mennyt alas
- Joskus säällittävää ruokaa. Eineksiä, perkele. Esim. Mummon lihapullat-kusetusta
- Lautaset ke(keltaiset) väriltään ikävä. Vaihtakaa valkoisiin. Huonokin ruoka maistuu paremmilta niistä. Ei teillä silti ruoka huonoa ollut.
- Kun saisi puolenkupin kahveja
- Ruoka-annokset voisi laittaa yhteen riviin, ettei tarvitsisi kurotella hihan kanssa ruokien yli (hygieenisuus)
- Cappuchino automaatista oli aika pahaa...
- Hyvää joulun odotusta koko henkilökunnalle
- Toivon ruokailuvälineitä jotka ovat parempia ja terävämpiä käyttää huom. käsien voimat huonot ote ei pidä t. reumaatikot ym. kiitos
- Salaattipöytään vaihtelua, raaka kaali on aika tylsää
- Muusi suolaista!
- Salaattinkastikkeiden pullo hankala
- Ehdottomasti liian suolaista muussia
- Kyl oli kompeet eli hyvöö
- Pöytien puhtaudessa parantamisen varaa, samoin salaattipöydän siisteys.

- Salaattikastikepullo usein likainen (inhottava sotkea kätensä), myös takimaisia salaatteja vaikea kurottaa sotkematta hihojaan
- Tupakkakoppi ehdottomasti plussaa!!
- Hyvä ja melko nopeakin palvelu, ja hyvät ruuat, kiitos!
- Ahtaat vessakopit
- Kokonaisuus kunnossa. Suurin yksittäinen ongelma on noutopöydän lihaleikkeen liian ”teollinen” maku.
- Ruoka voisi joskus olla hiukan ”lämpimämpää”
- Vetoisa ruokailupaikka
- Lounasaikaan kassalla liikaa muita töitä kuin rahastaminen, ruoka jäähtyy odottaessa
- Ei erityistä
- Joka päivä kevyt vaihtoehto myös tänään oli, mutta aina ei ole
- Kyselyssä olisi voinut selvittää myös salin siisteyttä, viihtyisyyttä ja toimivuutta, jotka ovat osa hyvää palvelua. Kaikki kunnossa! ☺
- Lounaan menu voisi olla näkyvämmän esillä, ruokien vieressä esimerkiksi
- ABC-Tikkulan ravintolassa saa kokemukseni mukaan hyvää ja ystävällistä palvelua
- Lisää tulisia ruokia
- Mielestäni ruoka oli sairaalamaista. Mausteita enemmän. Ja monipuolisempaa ruokaa.
- Missä on pepsi max?? (postmix)
- Salaattipöytään voisi lisätä raejuustoa
- Leipävalikoima isompi, samoin salaattikastikkeet
- Raejuustoa salaattipöytään kiitos ☺
- Samat ruuat kiertää, esim. välillä makkaraa/nakkeja erimuodoissa monta päivää putkeen
- Riisi on usein vetistä, kuten myös perunamuusi, on se kyllä kumma (siinä suurimmat puutteet)